

Львівський національний університет імені Івана Франка



*XXIX Міжнародна  
наукова конференція студентів,  
аспірантів та молодих учених*

# АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Львів 2022



ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА  
*ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ*

IVAN FRANKO NATIONAL UNIVERSITY  
OF L'VIV  
*FACULTY OF ECONOMICS*

# ACTUAL PROBLEMS OF UKRAINE'S ECONOMIC SYSTEM FUNCTIONING

Materials of  
29th International Scientific Conference  
of Students, Postgraduates and Young Researchers  
*20-21 May, 2022*  
*Lviv, Ukraine*

Lviv  
2022

# АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Матеріали  
XXIX Міжнародної наукової конференції  
студентів, аспірантів та молодих учених  
*20-21 травня 2022 р.*  
м. Львів

Львів  
2022

Львівський національний університет імені Івана Франка  
Економічний факультет

*До друку рекомендувала Вчена рада економічного факультету  
Львівського національного університету імені Івана Франка*

**Організаційний комітет конференції:**

*Р.В. Михайлишин, доц., канд. екон. наук (голова);  
В.Б. Буняк, доц., канд. екон. наук (заступник голови);  
З.Б. Артим-Дрогомирецька, доц., канд. екон. наук;  
О.Р. Голубник, доц., канд. екон. наук;  
Л.С. Гринів, проф., д-р екон. наук;  
М.І. Крупка, проф., д-р екон. наук;  
О.О. Кундицький, проф., д-р екон. наук;  
Є.Й. Майовець, проф., д-р екон. наук;  
С.О. Матковський, проф., канд. екон. наук;  
Б.К. Мельник, доц., канд. техн. наук;  
Т.П. Моряк, доц., канд. екон. наук;  
П.І. Островерх, проф., канд. екон. наук;  
М.Л. Павлишин, доц., канд. техн. наук;  
С.М. Панчишин, проф., д-р екон. наук;  
В.І. Приймак, проф., д-р екон. наук;  
Ю.О. Раделицький, проф., д-р екон. наук;  
С.К. Реверчук, проф., д-р екон. наук;  
С.І. Урба, проф., д-р екон. наук.*

Адреса оргкомітету: 79008, Львів-8, просп.Свободи, 18, кімн. 207,  
Львівський національний університет імені Івана Франка, економічний факультет.  
Тел. :+38(032) 239-41-68.

- © Львівський національний університет імені Івана Франка, 2022. Укладання.
- © Автори тез, 2022.

**Андрій Білецький**

*Львівський національний університет імені Івана Франка  
biletskiyandriy61@gmail.com*

## **ОСОБЛИВОСТІ МЕДИЧНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ**

Стан здоров'я населення, зумовлений багатьма показниками, є найважливішою характеристикою рівня соціально-економічного розвитку країни і впливає також на національну безпеку держави. У сучасних умовах пандемії COVID-19 зростає актуальність врахування рівня захворюваності населення в процесі розробки рекомендацій з вдосконалення системи медичного страхування.

У Законі України «Про страхування» зазначено, що медичне страхування може бути як обов'язковим, так і добровільним. Законодавче регулювання страхових правовідносин провадиться відповідно до норм Цивільного кодексу України, Господарського кодексу України, Закону України «Про страхування», Закону України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» та інших нормативно-правових актів України. Головні принципи обов'язкового медичного страхування закріплені в Законі України «Основи законодавства України про загальнообов'язкове державне соціальне страхування».

На сьогодні жодного нормативно-правового акту стосовно детального механізму реалізації медичного страхування в обов'язковій формі чинне українське законодавство не містить, тому нормативно-правове забезпечення медичного страхування потребує доопрацювання і вдосконалення. Медичне страхування має об'єкт, предмет і суб'єкт страхової діяльності [1].

Предмет медичного страхування, незалежно від форми, в якій воно здійснюється, визначає як майнові інтереси, пов'язані з порушенням стану здоров'я застрахованої особи, а саме – витрати на отримання медичної допомоги або медичних послуг, зумовлених хворобою та втратою працездатності застрахованої особи. Об'єктом медичного страхування виступає життя і здоров'я громадян [3].

Медичне страхування поєднує як економічні, так і соціальні функції. До економічних належать здійснення фінансування охорони здоров'я, забезпечення захисту доходів громадян; перерозподіл коштів на оплату медичних послуг; підвищення конкуренції між медичними установами та рівня їх зацікавленості в наданні якісних медичних послуг. До соціальних функцій медичного страхування - здійснення охорони здоров'я громадян; розвиток медичного обслуговування; удосконалення ринку медичних послуг; підвищення економічного інтересу громадян до питань медичного забезпечення.

Медичне страхування класифікують за різними ознаками. Відповідно до форми залучення застрахованих, медичне страхування поділяють на індивідуальне й колективне. Згідно з принципом управління, останнє поділяють на централізовану, децентралізовану та змішану форми. За характером фінансування системи медичного страхування, виокремлюють бюджетну, соціальну, приватну і змішану форми. Відповідно до форми проведення, медичне страхування буває обов'язкове та добровільне [2].

Добровільне та обов'язкове медичне страхування характеризуються як спільними, так і відмінними рисами. До суттєвих відмінностей системи добровільного медичного страхування належать цілеспрямованість страхового внеску, що може бути використаним тільки в медичних цілях, і деяка обмеженість ролі держави, що за обов'язкового медичного страхування визначає перелік головних видів допомоги, коло застрахованих, величину страхового внеску, встановлює правила взаємодії всіх учасників сторін, здійснює контроль фінансових потоків тощо, за цього не здійснюється регламентація зазначених питань для добровільного медичного страхування. Головна особливість обов'язкового медичного страхування полягає у координації державними структурами та характеризується безприбутковістю. Страхові внески, що сплачують громадяни та юридичні особи, мають форму податку, тому стабільні – здійснюються відповідно до встановлених розмірів та у встановлений час, при цьому рівень страхового забезпечення є однаковим для всіх застрахованих [3].

Добровільна форма медичного страхування не суттєво координується державою, оскільки страхові платежі сплачують застраховані особи добровільно, згідно з договором, відповідно, страхові організації отримують прибуток, але при цьому він не стабільний. Першопричиною появи ДМС стало те, що обсяг послуг й умови надання медичної допомоги за програмою ОМС обмежені. Поряд із розбіжностями між добровільним і обов'язковим медичним страхуванням є спільні риси. Зокрема, до останніх можна віднести однакову економіко-правову природу, а також мету здійснення, що свідчить про потребу застосування останніх в державі у вигляді паралельних систем захисту майнових інтересів зацікавлених осіб при настанні страхових випадків. Нормативно-правова база, яка потрібна задля запровадження загальнообов'язкового державного соціального медичного страхування, – відсутня, добровільне медичне страхування відіграє допоміжну роль у забезпеченні населення медичною допомогою, а також виступає доповненням до обов'язкового [3].

Отже, як вид медичне страхування як вид особистого страхування, який передбачає обов'язки страховика з оплати, включеної до програми страхування медичної, лікарської та профілактичної допомоги, наданої застрахованій особі, за рахунок цільових фондів, сформованих через кошти підприємств, органів влади і громадян. Медичне страхування класифікують у розрізі різних ознак. Як у світовій, так і в українській практиці виокремлюють дві головні форми медичного страхування, що характеризуються спільними та відмінними рисами: обов'язкове та добровільне медичне страхування. Сьогодні система охорони здоров'я нашої країни перебуває не лише у фінансовій, але й в організаційній кризі, що спричинена нерівномірним розподілом коштів та недостатнім рівнем надання медичної допомоги. Кроком до розв'язання проблем, що були означені у системі медичного забезпечення, може виступити проведення медичної реформи і, зокрема, впровадження загальнообов'язкового медичного страхування.

*Список використаних джерел:*

1. Базилевич В. Д. Страхування : підручник В. Д. Базилевич. К. Знання-Прес. 2008.
2. Климук, Н. Я. Особливості медичного страхування в Україні у сучасних умовах. Вісник соціальної гігієни та організації охорони здоров'я України. 2021. с. 55-60.
3. Третяк Д. Д. Сутність та соціально-економічне значення медичного страхування Д. Д. Третяк Інвестиції практика та досвід. 2019. № 12. С. 43–47.

**Andrii Biletskyi**

*Ivan Franko National University of Lviv*

**FEATURES OF HEALTH INSURANCE IN UKRAINE**

In theses concerned topic of the main issues and features of health insurance in Ukraine. The classification, forms, problems of personal insurance in Ukraine are also described. Trends and prospects of medical insurance development in Ukraine are revealed.

*Keywords:* insurance, health insurance, forms of health insurance, voluntary insurance, universal health care.

**Микола Білозір**

*Львівський Національний Університет Імени Івана Франка*

*Mykola.Bilozir@lnu.edu.ua*

## **УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНИМИ ФІНАНСАМИ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

Цифрова трансформація — це використання цифрових технологій для зміни бізнес-моделі та надання нових можливостей для отримання доходу та створення вартості — процес переходу до цифрового бізнесу. Таким чином, це впливає на всі види підприємницької діяльності, включаючи бізнес-моделі та ланцюги поставок, а також такі функції, як людські ресурси, бухгалтерський облік та управління фінансами. Цифрова трансформація дає можливість різних нових форм співпраці між компаніями, постачальниками, клієнтами та співробітниками, що веде до нових пропозицій продуктів і послуг. У той же час цифрова трансформація є викликом для існуючих компаній, оскільки вимагає від них обмірковувати свою поточну стратегію та досліджувати нові можливості для бізнесу. У фінансовій функції цифрова трансформація призвела до автоматизації та роботизації рутинних процесів, впровадження бізнес-аналітики та застосування аналітики даних.

Поширення електронних послуг, застосування інформаційних технологій, поява віртуальної реальності змінює вигляд економіки сьогодення. При цьому, цифрове перетворення надає можливість значного економічного та соціального ефекту, що відкриває нові потужні можливості для держави та бізнес середовища. Тому, враховуючи значний вплив на всі сфери життєдіяльності, актуальними стають питання щодо визначення впливу цифрової економіки на систему фінансового управління підприємств.

В Звіті про всесвітній розвиток Світового банку виділені такі можливості як розширення торгівлі, підвищення продуктивності праці, розширення можливостей працевлаштування маломобільних верств населення. В цілому експерти Світового банку підкреслюють, що розвиток цифрової економіки не тільки стимулює економічний розвиток, але й прискорює його. Інструменти, які пропонує цифрова економіка, дозволяють розвиватися ринкам навіть в умовах економічної кризи, так як вони дають можливість компаніям швидко і гнучко реагувати на зміну ринкової кон'юнктури, краще задовольняти запити споживачів [1].

В 2018 році Кабінетом міністрів України було схвалено концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки, в якій підкреслено необхідність стимулювання використання цифрових технологій в усіх сферах бізнесу та суспільства. Концепція визначає поняття цифрової економіки, як діяльність, в якій основними засобами виробництва є цифрові дані, як числові так і текстові. У Концепції визначено, що основними цілями цифрового розвитку є:

- прискорення економічного зростання та залучення інвестицій;
- трансформація секторів економіки в конкурентоспроможні та ефективні;
- технологічна та цифрова модернізація промисловості та створення високотехнологічних виробництв;
- доступність для громадян переваг та можливостей цифрового світу;
- реалізація людського ресурсу, розвиток цифрових індустрій та цифрового підприємництва [2].

Отже, цифрова економіка передбачає використання, впровадження в життя інформаційних технологій та інновацій.

В 2021 році Кабінет міністрів України схвалив Концепцію розвитку цифрових компетентностей та затвердження плану заходів з її реалізації до 2025 року яка окреслює виклики стосовно розвитку цифрових компетентностей в українському суспільстві, визначає шляхи їх подолання та очікувані результати від її впровадження, закладає підґрунтя для створення національної стратегії та стратегічного плану дій щодо розвитку цифрових компетентностей у суспільстві. Що дозволить залучати більш кваліфіковану робочу силу, з точки зору володіння цифровими навичками, підвищить продуктивність і ефективність бізнес-процесів у компаніях, дозволить бути конкурентоспроможними [3].

В 2021 році було прийнято Закон №1667-IX «Про стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні», та Закон №1946-IX «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні» завдяки яким 8 лютого 2022 року під час події Dіаа Summit розпочав свою роботу простір для розвитку ІТ-індустрії «Dіаа.City» з удосконаленою податковою системою, над якою Міністерство цифрової трансформації працювало останні два роки, яка спрощує систему оподаткування, пропонує нижчі податкові ставки та спрощену систему найму для компаній які подадуть заяву та стануть резидентами «Dіаа.City» [4-6].

Враховуючи вказані вище тенденції до цифрової трансформації економіки України є значний потенціал використання сучасних цифрових технологій в діяльності фірм. Нові моделі ведення бізнесу, мережеві структури, що ґрунтуються на колективних методах виробництва і споживання, трансформують традиційні ринкові відносини і вимагають вироблення нових рішень в галузі управління сучасною фірмою та її фінансовою складовою.

Оскільки загальна ефективність системи фінансового управління будь-якого економічного суб'єкта визначається її спроможністю ефективно функціонувати в нинішніх умовах цифровізації економічного середовища. Тому, особливої актуальності набувають питання побудови ефективної системи фінансового управління, враховуючи особливості сучасної економіки та тенденції цифрової трансформації всього суспільства.

Деякі українські компанії вже впровадили програми для аналітики даних і технології автоматизованого фінансового прогнозування, використовуючи (або комбінуючи) методи часових рядів, машинне/глибоке навчання та/або моделювання (Machine Learning/Modeling). Основні проблеми включають визначення та доцільне застосування відповідних методів та інструментів, і, що ще важливіше, правильне поєднання діяльності людини та машини в процесі застосування. Повна автоматизація фінансових процесів, ймовірно, буде ефективною лише в секторах з чітко визначеними та зрозумілими процесами. Автоматизовані процеси підготовки фінансових даних забезпечують ефективне і своєчасне отримання необхідної інформації для прийняття фінансових рішень.

В межах фінансової звітності правильні та надійні дані з надійної та захищеної бази даних мають бути основою кожного рішення в управлінні фінансами підприємства. Створення та підтримка такого «єдиного джерела даних» є основним обов'язком фінансових контролерів, який, однак, все частіше кидається на виклик науковцям з даних та іншим функціям, таким як ІТ. Крім того, нові інформаційні процедури можуть призвести до більш децентралізованого середовища звітності та прийняття рішень на основі самообслуговування, що може змінити характер фінансового контролю, а також роль контролерів. Використання чат-ботів та інших методів автоматизації роботизованих процесів може підвищити ефективність, але вимагає чіткого управління.

Щодо наслідків цифровізації економіки, безперечно, одними з найбільших досягнень є розширення можливостей вирішення складних задач, шляхом обробки великої кількості даних, підвищення ступеня комунікації, обміну знаннями в глобальному суспільстві, підвищення якості виробництва та прискорення виробничих процесів. За допомогою технологій Big Data компаніям легше передбачити очікування споживача, зрозуміти в яких областях зробити поліпшення продукції і т.д. З великою частотою

визначеності можна сказати, що у компаній, які володіють такими технологіями набагато більше шансів покращити свої фінансові результати.

Отже для ефективного управління корпоративними фінансами в умовах цифрової трансформації економіки при формуванні стратегії управління корпоративними фінансами необхідно передбачити окремі статті для трансформації процесу фінансового управління, інвестування в автоматизацію передбачуваних фінансових процесів та технологій які швидко надаватимуть надійні фінансові результати та ефективне прогнозування на основі історичних даних.

Несвоєчасна реакція суб'єкта господарювання на зміни цифрової трансформації економіки може завдати серйозної шкоди його фінансовим результатам та призвести до втрати конкурентоздатності перед суб'єктами які проводять технологічні інновації. Реакція повинна бути синхронною, випереджальною і враховуючи тенденції та фінансові ризики.

*Список використаних джерел:*

1. The World Bank, World Development Report (2021), - World Development Report 2021: Data for Better Lives | The report (worldbank.org)
2. Постанова Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації» [Електронний ресурс] // № 67 від 17 січня 2018 р. – Режим доступу: Про схвалення Концепції розвитк... | від 17.01.2018 № 67-р (rada.gov.ua)
3. Постанова Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції розвитку цифрових компетентностей та затвердження плану заходів з її реалізації» [Електронний ресурс] // № 167 від 3 березня 2021 р. – Режим доступу: Про схвалення Концепції розвит... | від 03.03.2021 № 167-р (rada.gov.ua)
4. Закон України «Про стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні», 2021, №1667-IX – Режим доступу: Про стимулювання розвитку ци... | від 15.07.2021 № 1667-IX (rada.gov.ua)
5. Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні», 2021, № 1946-IX – Режим доступу: Про внесення змін до Податко... | від 14.12.2021 № 1946-IX (rada.gov.ua)
6. DiiiaCity [Електронний ресурс] : [Веб-сайт]. – Режим доступу: Diiia.City

**Bilozir Mykola Romanovych**

*Ivan Franko National University of Lviv*

#### CORPORATE FINANCE MANAGEMENT IN THE CONTEXT OF DIGITAL TRANSFORMATION OF UKRAINE'S ECONOMY

Digital transformation of Ukraine's economy has the potential to drive changes in the management finance domain. It may not only affect the digital landscape of the companies organization and the associated business models, but also finance & control management practices as well as the role of the controller. This editorial discusses these developments by introducing the concept of digitalization and describing its impact on the field of finance & control management.

*Keywords:* Digital transformation, finance domain, business models, finance & control management, controller, concept of digitalization.



Лідія Білянська

Львівський національний університет імені Івана Франка  
lidia.bilianska@lnu.edu.ua

## ЦІНОВА ДИСКРИМІНАЦІЯ НА РИНКУ АВІАЦІЙНИХ ПОСЛУГ

Фірми, які мають певний рівень ринкової влади, часто використовують інструменти цінової дискримінації. Цінова дискримінація – це встановлення різних цін для різних покупців, не обумовлене відмінностями у витратах [1]. Авіаперевізники використовують неоднорідність споживачів і невизначеність ринку для застосування цінової дискримінації. Іноді цінова дискримінація може розглядатися авіаперевізниками навіть якщо концентрація ринку низька і авіаперевізники не є лідерами ринку. В авіаційній галузі найчастіше використовується цінова дискримінація третього ступеня.

Цінова дискримінація третього ступеня передбачає продаж товару або послуги за різними цінами групам покупців з різною еластичністю попиту. Споживачі з менш еластичним попитом на товар платять вищу ціну. Тобто для деяких груп пропонуються спеціальні зниження ціни, а для інших ціни не змінюються і, таким чином, кожна група платить різну ціну за споживання одного і того ж товару чи послуги. Цей тип цінової дискримінації дозволяє фірмі розширити свою клієнтську базу, оскільки деякі групи споживачів будуть купувати товар або послугу лише за наявності знижки [1].

Багато авіакомпаній пропонують програми корпоративних подорожей компаніям і продають їм квитки за нижчими цінами, що і є практикою цінової дискримінації третього ступеня. Авіакомпанії поділяють споживачів на різні групи на основі набору характеристик і встановлюють більш високі ціни споживачам з менш еластичним попитом. Типовим прикладом є розподіл пасажирів на чутливих до часу (переважно бізнес-мандрівники) та нечутливих до часу (в основному туристи). Як правило, мандрівники, які чутливі до часу, віддають перевагу швидшим сполученням і приділяють велику увагу точності прибуття рейсів та якості обслуговування під час польоту. Зазвичай вони не бронюють авіаквитки заздалегідь. Квитки бізнес-мандрівників повинні мати опцію швидкого обміну квитка з одного рейсу на інший у разі змін у планах подорожей.

Навпаки, мандрівники, які не чутливі до часу, зацікавлені в отриманні найнижчих тарифів і готові погодитися на триваліший час у дорозі та більше обмежень щодо використання своїх квитків, наприклад: квитки неможливо повернути, немає можливості змінити маршрут, дату/рейс тощо [2].

Авіакомпанії можуть встановлювати різні ціни залежно від кількох критеріїв [3]:

- кількість придбаних одиниць (ціна нижча за одиницю, коли купується більша кількість);
- час використання послуги (в час пік ціна вища);
- вікові групи (наприклад, знижки для пенсіонерів);
- коли була здійснена покупка (наприклад, знижки при бронюванні або покупці завчасно).

Якщо клієнт купує квиток на кілька місяців заздалегідь, то політ, як правило, обійдеться йому дешевше. Якщо попит на конкретний рейс високий, тоді авіакомпанія починає підвищувати ціну на цей рейс. Це означає, що квитки, які залишилися, будуть купувати лише ті, хто готовий заплатити вищу ціну (споживачі з нееластичним попитом). Більшість авіакомпаній інвестують в дуже дорогі системи продажу квитків, щоб керувати ціною та попитом, щоб отримати якомога більше споживчого надлишку. І саме через це ціна авіаквитка може змінюватись від години до години [4].

Також важливим чинником, що впливає на ціну, є час коли пасажир хоче подорожувати, оскільки, подорожувати в час пік буде набагато дорожче. Хорошим прикладом є подорож протягом тижня. З понеділка до п'ятниці найдешевший тариф буде вартувати як мінімум вдвічі більше ніж з суботи до неділі. Причина в тому, що клієнти, які подорожують з понеділка по п'ятницю, – бізнесмени. Це зазвичай споживачі з менш еластичним попитом (оскільки квитки цих мандрівників оплачуються за рахунок компанії). Туристи є споживачами з більш еластичним попитом, більш чутливі до ціни і готові подорожувати у вихідні. Ціни на авіаквитки також відрізняються в залежності від пори року. У пік літніх канікул авіаквитки дорожчі.

Розглянемо графіки попиту на послуги авіакомпаній в залежності від часу польоту (рис. 1).

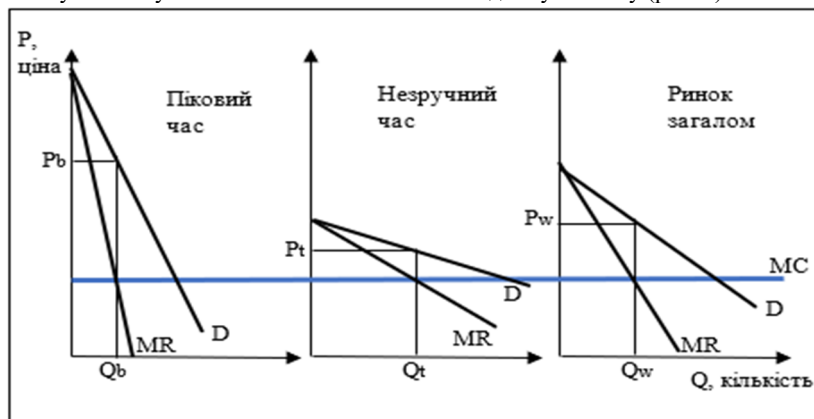


Рис. 1 Цінова дискримінація на ринку авіаперевезень

Джерело: складено автором на основі даних джерела [3]

На рисунку 1 бачимо поділ споживачів на дві групи. На першому графіку зображено групу споживачів з менш еластичним попитом, що готові платити вищу ціну за квиток. Це споживачі, які подорожують у піковий час і не мають змоги або бажання вибирати квитки за нижчою ціною. Вони платять за квиток ціну  $P_b$  і авіакомпанія отримує прибуток в розмірі  $(P_b - MC) \cdot Q_b$ . На другому графіку можемо побачити групу споживачів з більш еластичним попитом, вони є більш чутливі до змін у ціні. Перетин кривих  $MC$  і  $MR$  дозволяє визначити ціну, яку готові платити ці споживачі за політ ( $P_t$ ). Споживачі з більш еластичним попитом можуть подорожувати у незручний для них час тільки, щоб квитки для них були достатньо дешевими. Авіакомпанії отримують прибуток і від таких пасажирів  $(P_t - MC) \cdot Q_t$ , проте він значно менший порівняно з тим, який вони отримують завдяки споживачам з менш еластичним попитом. На третьому графіку зображено ринок загалом як комбінацію споживачів з менш еластичним попитом та споживачів з більш еластичним попитом.

Цінова дискримінація на ринку авіаперевезень має певні позитивні наслідки [5]:

1. Заповненість рейсів. Авіакомпанії, встановлюючи різні тарифи для різних груп споживачів, можуть гарантувати, що максимум клієнтів зможуть оптимально використати кожен рейс. Це запобігає непродуктивним витратам у наслідок недостатньої заповненості рейсу. Авіакомпанії, продаючи місця за диференційованою ціною, розподіляють попит і запобігають перевантаженню рейсів.

2. Дохід. Якби авіакомпанії встановлювали лише одну високу ціну, вони втратили б споживачів з більш еластичним попитом. Можливість розділяти споживачів за різними критеріями дозволяє компаніям продовжувати отримувати дохід, навіть якщо ціна не відповідає точці максимізації прибутку.

3. Нижча ціна. Споживачі з більш еластичним попитом отримують нижчу ціну в порівнянні зі споживачами з менш еластичним попитом. Вони виграють від нижчої ціни, і нижча ціна збільшує їх споживчий надлишок і корисність.

4. Вищі прибутки. Авіакомпанії виграють від перевезення споживачів з нижчою еластичністю попиту, які готові платити вищу ціну. Вони отримують більший прибуток, який пізніше можуть використати для реінвестування на дослідження, які допоможуть їм покращити стратегію ціноутворення на квитки.

Проте, цінова дискримінація має і певні негативні наслідки [5]:

1. Втрата споживчого надлишку. Споживачі з менш еластичним попитом втрачають споживчий надлишок, коли авіакомпанії встановлюють вищі ціни на свої послуги. Авіакомпанії отримують помітно вищі прибутки, споживачі з нижчою еластичністю попиту прогають.

2. Адміністративні витрати. Авіакомпанії витрачають великі суми коштів, щоб відокремлювати групи споживачів на ринку і проводити дослідження динамічного ціноутворення. Якщо ці адміністративні витрати занадто високі, авіакомпанії можуть перекласти їх на споживачів за рахунок підвищення цін.

Отже, одним із найбільш важливих факторів впливу на управління доходами є сегментація ринку споживачів. Попит на пасажирські авіаперевезення є неоднорідним і тому він може бути сегментованим. Це і є причиною того, що авіакомпанії використовують дискримінаційні інструменти, що дозволяє їм перерозподіляти споживчий надлишок на свою користь.

*Список використаних джерел:*

1. Економічна теорія: вступ, макроекономіка, мікроекономіка. Навчальний посібник / За ред. О.З.Ватаманюка. – 2-е вид., випр. і доп. Львів: «Інтелект-Захід», 2011. – 656с.
2. Gaurab A. Price Discrimination in International Airline Markets [Електронний ресурс] / A. Gaurab, M. Charles, W. Jonathan. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://arxiv.org/pdf/2102.05751.pdf>.
3. Tejvan P. Airline price discrimination [Електронний ресурс] / Pettinger Tejvan. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.economicshelp.org/blog/7767/business/airline-price-discrimination/>.
4. Сібрук В. Л. ЦІНОУТВОРЕННЯ І УПРАВЛІННЯ ДОХОДАМИ АВІАКОМПАНІЙ [Електронний ресурс] / В. Л. Сібрук, С. С. Раменська. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: [http://bses.in.ua/journals/2017/14\\_2017/18.pdf](http://bses.in.ua/journals/2017/14_2017/18.pdf).
5. Price Discrimination: Airline Tickets [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.studysmarter.de/en/explanations/economics/microeconomics/price-discrimination-airline-tickets/>.

**Lidiya Bilianska**

*Ivan Franko National University of Lviv*

#### PRICE DISCRIMINATION IN THE AIRLINE SERVICES MARKET

Firms with a certain level of market power often use price discrimination tools. Airlines use consumer heterogeneity and market uncertainty to apply price discrimination. Consumer market segmentation provides an opportunity to differentiate products, that is, a specific proposal is developed for each segment. This paper aims to analyze price discrimination in the airline services market, it's main advantages and disadvantages which allows these companies to redistribute consumer surpluses in their favor.

*Keywords:* airline market, price discrimination, third degree price discrimination, consumer surplus, market segmentation.

Оксана Баглай

Львівський національний університет імені Івана Франка  
 bahlaioksana@gmail.com

## ПРИВАБЛИВІСТЬ НЕМІНЕРАЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ ІНВЕСТИЦІЙНА

Галузь немінеральної промисловості все більше набуває ознак важливої галузі індустрії. Немінеральна продукція застосовується практично в усіх напрямках матеріального виробництва й невиробничій сфері. Стабільно зростає попит на готові вироби з немінеральних матеріалів з боку найважливіших галузей-споживачів: будівництва, транспорту, сільського господарства, медицини та інших. Перспективність розвитку галузі виробництва виробів з гуми, пластику та скла в Львівській області обумовлена наявністю інтелектуального, виробничого та трудового потенціалів, важливістю вирішення завдань із забезпечення необхідного рівня економічної безпеки країни, зайнятості працездатного населення. Як будь-яке хімічне виробництво, зазначена галузь є екологічно небезпечною. Одним із вагомих факторів інвестиційної привабливості, яка є запорукою ефективного економічного розвитку, постають існуючі невисокі екологічні стандарти, завдяки яким розвинені країни схильні розмішувати і розвивати виробництво немінеральних товарів в Україні.

Мета даного дослідження – визначити інвестиційну привабливість немінеральної промисловості Львівської області.

Сучасна аналітика інноваційної діяльності у Львівській області базується на використанні сервісів на основі відкритих даних, а також однойменних аналітичних онлайн-систем для бізнесової аналітики, конкурентної розвідки та перевірки контрагентів. Таким сервісом є компанія YouControl.

За даними компанії YouControl, для підприємств немінеральної промисловості Інтерпет, «Г Р А К», "Жидачівське заводоуправління цегельних заводів", "Керамбуд", ЛАМЕЛА та Проектно-будівельне об'єднання "Львівміськбуд" можна отримати такі значення показників інвестиційної привабливості немінеральної промисловості Львівської області (рис. 1 і табл. 1).

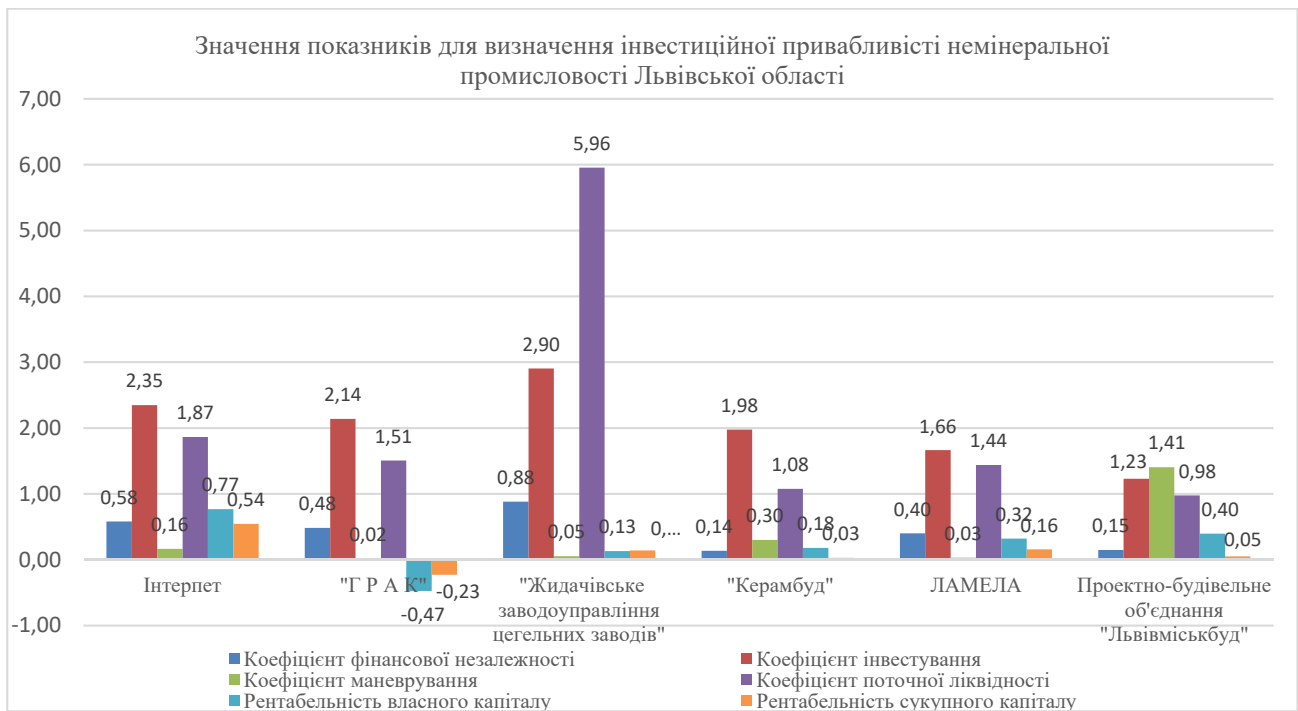


Рис. 1. Значення показників для визначення інвестиційної привабливості немінеральної промисловості Львівської області

Таблиця 1

### Середні показники для відібраних підприємств по немінеральній промисловості Львівської області

Показник	Коефіцієнт фінансової незалежності	Коефіцієнт інвестування	Коефіцієнт маневрування	Коефіцієнт поточної ліквідності	Рентабельність власного капіталу	Рентабельність сукупного капіталу
Середні обчислення	0,44	2,04	0,33	2,14	0,22	0,12
Значення показника	середнє	високе	середнє	високе	низьке	низьке

Джерело: побудовано автором за [1].

Охарактеризуємо детальніше інвестиційну привабливість немінеральної промисловості Львівської області. Коефіцієнт фінансової незалежності показує частку власного капіталу в сукупному. Економічно доцільне значення даного коефіцієнту має бути більше 0,5, тобто власний капітал у сукупному повинен становити частку не менше половини. Коефіцієнт інвестування – характеризує достатність власного капіталу для покриття необоротних активів і участь власного капіталу у формуванні активів. Економічно доцільне значення – більше 1. Коефіцієнт маневрування характеризує позитивні зміни у фінансовому стані підприємства та збільшення можливостей маневрування власними коштами. Нормативне значення: 0,40-0,60. Коефіцієнт поточної ліквідності – визначає спроможність підприємства виконувати свої зобов'язання за рахунок оборотних активів. Вважається, що оборотні активи повинні в 1,5-2,5 рази перевищувати боргові зобов'язання, тобто нормативна величина даного показника – 1,5-2,5. Рентабельність власного капіталу характеризує ефективність використання власного капіталу. Прийнято вважати, що власний капітал ефективно

використаний тоді, коли його дохідність перевищує дохідність довгострокових інвестицій в банку. Рентабельність сукупного капіталу оцінює операційну ефективність підприємства.

Як бачимо з аналізу показників інвестиційної привабливості відібраних підприємств немінеральної промисловості Львівської області, що стан є задовільний, проте дана галузь потребує збільшення ефективності використання власного капіталу та операційної діяльності підприємств. Також потрібно збільшувати частку власного капіталу в сукупному й розширювати можливості маневрування власними коштами.

Аналіз даних показників не потребує надто широкої інформаційної бази і не вимагає великих затрат часу, його можна розцінювати як експрес-аналіз. Звичайно, що для прийняття остаточного рішення про доцільність вкладення коштів у підприємство, інвестор може потребувати більше інформації. Але для того, щоб зорієнтуватися і зробити мінімум висновків для себе, цього набору показників достатньо.

*Список використаних джерел:*

1. YouControl — повне досьє на кожну компанію України: веб – сайт. URL: <https://youcontrol.com.ua/>.

**Bahlai Oksana**

*Ivan Franko National University of Lviv*

INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF NON-MINERAL INDUSTRY OF LVIV REGION

The thesis summarizes data sources in statistics and analytics of investment attractiveness of non-mineral industry of Lviv region.

*Keywords:* investment attractiveness, analytics, non-mineral industry, Lviv region.

**Соломія Байдалка**

*Львівський національний університет імені І. Франка*  
*baysolomiya@ukr.net*

## **ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ**

На сьогоднішній день джерело самофінансування підприємства можна розглядати з точки зору внутрішнього фінансування. Суми, отримані з внутрішніх джерел, як правило, не підлягають поверненню і є одним з найбільш очевидних джерел, але мають обмежені властивості. Проте наявність достатніх власних коштів та їх ефективне використання свідчить про високий рівень платоспроможності, ліквідності та фінансової стійкості бізнесу. Тому важливо виявити та використати всі можливості формування корпоративних фінансових ресурсів із внутрішніх джерел [1].

На формування фінансових ресурсів підприємства впливають об'єктивні та суб'єктивні фактори, в основному серед яких:

- Галузеві характеристики підприємницької діяльності;
- Розмір підприємства;
- Форма власності;
- Організаційно-правова форма підприємства капітал;
- Свобода вибору джерел фінансування, умов ринку капіталу;
- рівень оподаткування бізнесу;
- Рівень ризику, який беруть на себе засновники при фінансуванні бізнесу;
- Концентрація власності, яку вимагає прийнятний коефіцієнт суб'єкта господарювання

Незалежність [3].

У літературі існують різні погляди на визначення поняття «самофінансування»:

Самофінансування - система управління, в якій всі витрати (поточні, прості та розширені) фінансуються за рахунок власних джерел і не залучає державні бюджети. Певною мірою ці витрати можна покрити за рахунок банківських позик, але їх потрібно погасити з власної кишені [4].

Оскільки Україна переживає зараз не легкі часи, варто розглянути діяльність підприємств у такий період. За один місяць війни українські підприємства втратили більше, ніж за два роки пандемії COVID-19. Оскільки бойові дії все ще тривають, обсяг завданої шкоди лише зростає. За аналізом Національного банку, за час воєнних дій Україна втрачає близько 50% ВВП, а це більш ніж 50 мільярдів гривень. Більшість підприємств змогли евакуюватися в більш безпечні частини України, але потерпати від проблем з логістикою та нестачею сировини не перестали.

За статистикою СБА, 18% підприємств працюють на повну, отже кожна третя компанія припинила свою діяльність [7].

"Компаніям, що надають послуги та мають іноземних клієнтів, представникам інтелектуальних та креативних професій легше виїхати та відновити роботу у відносно безпечному місці. Аграрії, виробничі та логістичні підприємства мають територіальну прив'язку, тож вони обмежені в мобільності", – констатує виконавча директорка СБА Анна Дерев'яно.

Згідно з умовами праці, в найгіршому становищі зараз аграрні підприємства. Оскільки, це вид діяльності, який потребує певної прив'язаності до певної території. "Ринок потерпає від дефіциту працівників, пального, добрив та інших потребуючих елементів", – голова Всеукраїнської аграрної ради Андрій Дикун [6].

Найбільш стійкою тримається ІТ-сфера. Так як, під час карантину компанії пристосувалися до таких умов, 92% компаній мали чіткий план дій на випадок екстрених ситуацій. Велика кількість компаній є власниками офісів за кордоном, тож після початку війни частково працівники переїхали саме туди.

Завдяки теперішньому становищу, Україна приєдналась до енергосистеми континентальної Європи ENTSO-E. Проблем з генерацією електроенергії зараз не передбачається. Звичайно, є куточки України, які тимчасово без подачі електроенергії через військові дії в областях [5].

Отже, Україна на сьогоднішній день твердо йде до перемоги. Важливо, навіть в умовах війни бізнес повинен продовжувати свою роботу у місцях, де це можливо. Підприємства повинні підтримувати нашу економіку, оплативши податки та даючи країні ресурс для подальшої оборони.

*Список використаних джерел:*

1. Зянько, В. В., І. Ю. Єпіфанова, and Віт Зянько. "Інноваційна діяльність підприємств та її фінансове забезпечення в умовах трансформаційних змін економіки України." (2015).
2. Каргова, Тетяна. "Фінансове забезпечення підприємств у контексті механізму їх ефективного функціонування." *Економічний аналіз* 30.4 (2020).
3. Дропа, Я. Б., and У. Б. Макаренко. "Сутність і методи фінансового забезпечення соціально-економічного розвитку України." *Проблеми системного підходу в економіці* 1 (2) (2019).
4. Малій, О. Г. "Фінансове забезпечення інноваційної діяльності в Україні." *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка* 193 (2018)
5. Електронний ресурс : <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/03/23/684549/> [дата звернення 10.05.2022]
6. Газета Кабінету Міністрів України. Електронний ресурс : <https://ukurier.gov.ua/uk/articles/andrij-dikun-agrarnij-galuzi-nini-ne-vistachaye-st>
7. Офіційний сайт Європейська Бізнес Асоціація. Електронний ресурс: <https://eba.com.ua/research/doslidzhennya-ta-analytika/>

**Solomiya Baydalka**

*Ivan Franko National University of Lviv*  
*baysolomiya@ukr.net*

**FEATURES OF MODERN FINANCIAL SECURITY OF ENTERPRISES IN UKRAINE**

**Владислава Башта**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*  
*person.bv@gmail.com*

## **АКТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ**

Контрольований експеримент – один з найважливіших методів сучасного маркетингу. «Найкраще – все перевіряти експериментальним шляхом: так справді можна набути знань, тоді як будуючи здогадки і роблячи висновки, ніколи не станеш по-справжньому освіченою людиною». Таку думку висловив Марк Твен у новелі «Щоденник Єви», і це справді сьогодні є девізом комплексу маркетингу багатьох компаній.

Наш світ розвивається швидкими темпами, з'являється досить багато різновидів маркетингу. Так, наприклад, ми знаємо про маркетинг, який спеціалізується на соціальних мережах, маркетинг, який спеціалізується на безпосередньому контакті зі споживачем – прямий маркетинг. Ще одним цікавим, та не менш важливим видом маркетингу є експериментальний.

Експериментальний маркетинг пов'язаний із діяльністю, під час якої проводять певний захід із метою просування свого продукту чи послуги. Це поширена тактика, яка використовується для маркетингу телевізійних шоу або фільмів, щоб створити захоплюючий досвід для визначеної цільової аудиторії.

Подія, що закінчується є ще одним хорошим прикладом експериментального маркетингу. Це допускає обмежену участь, тому в самій події виникає відчуття терміновості й ексклюзивності [1].

У підсумку, експериментальним є будь-який маркетинг, що відбувається у фізичній обстановці: маркетинг подій, експериментальна маркетингова тактика, автошоу, виставки, спонсорство, тест-драйви, відбір проб, кіоски, змагання, особисті опитування, досвід отриманий у магазині, маркетинг «face to face» [2].

До основних переваг експериментального маркетингу варто віднести:

1. Персоналізоване залучення. Клієнти хочуть відчувати справжній людський зв'язок з брендом. Тому для споживачів важливо, щоб до них ставилися як до людей, а не до числа або джерела прибутку.

2. Більш міцний зв'язок між продуктом і емоцією. Люди хочуть знати, яку користь вони можуть отримати від споживання продукту. Але важливішим є те, чому вони вибирають саме цей продукт, а не продукт конкурентів, і важливим є відчуття, які викликає продукт. Тому маркетинговий досвід повинен посилювати відчуття, які отримує споживач під час споживання продукту.

3. Створення позитивної точки дотику. Чим більше позитивних контактів бренд зможе мати зі своїми клієнтами, тим краще. І чим більше пов'язані ці точки дотику, тим потужнішими та переконливішими вони стають. Згуртований досвід є ключем до завоювання лояльності клієнтів.

4. Соціальна подільність. Досвід переконливий і потужний. Людям подобається знімати цікаві враження за допомогою відео, а потім ділитися ними в соціальних мережах. Фактично, за прогнозами, до 2022 року відеотрафік становитиме 82% IP-трафіку. Соціальні мережі готові поширювати інформацію про бренди, якщо у споживачів є досвід, яким варто поділитися. Позиціонування свого бренду як творця позитивного досвіду – це перемога, коли справа доходить до поширення бачення бренду та отримання визнання [3].

Одним із вдалих прикладів експериментального маркетингу є захід, влаштований американським виробником взуття Vans. Компанія розміщувала спливаючі локації «House of Vans» у скейтпарках великих міст, таких як Нью-Йорк і Чикаго. Це дало скейтбордистам місце для зустрічей, спілкування, прослуховування живої музики та зближення. Vans також використовував ці спливаючі вікна в скейтпарку, щоб рекламувати запуск своєї нової лінії взуття, яка вшанувала Девіда Боуї. Оскільки Vans є провідною лінійкою взуття серед скейтбордистів, спливаючі вікна в скейтпарках і біля них здаються природним підходом для експериментального маркетингу [4].

Також експериментальний маркетинг досить часто використовують музичні гурти, коли організують тури [5]. Яскравим прикладом цього можуть стати останні рекламні кампанії з використанням експериментального маркетингу металкор гуртом Bad Omens. Після випуску останнього альбому «The Death of Peace of Mind» соліст гурту поділився у мережі та в інтерв'ю історією створення цього альбому. Ной Себастьян написав пісні, опираючись на останні пережиті події. Дана заява швидко знайшла відгуки у фанатів гурту, які прослухали альбом і почали ділитися піснями, відзначаючи, що хтось віднайшов себе у цих піснях. Тобто споживачі швидко поширювали інформацію про свій досвід, що зробило альбом гурту популярнішим. Декілька треків також переспівували та розбирали різні музичні критики.

Ще одним яскравим прикладом використання експериментального маркетингу є остання діяльність металкор гурту Architects. Гурт активно співпрацював з різними симфонічними оркестрами, записуючи живі концерти та поширюючи їх у соціальних мережах. У даному випадку Architects ділиться своїми живими концертами і споживачі мають змогу отримати досвід під час прослуховування даних композицій через соціальні мережі.

Також експериментальний маркетинг використовують композитори або виконавці класичних композицій. Так, наприклад, італійський композитор та піаніст Людовіко Ейнауді, який є засновником класичного кроссоверу, у 2016 році зіграв на роялі в арктичних льодах та записав відео, яке поширив у Всесвітній мережі. Відео стало настільки популярним, що піаніста показували у новинах багатьох країн світу. В даному випадку було використано живий запис, що передає відповідні відчуття споживачам, і подію було проведено там, де ніколи ніхто раніше не виступав. Так піаніст привернув до себе велику увагу та частково підняв проблему пов'язану з екологією, охопив ширшу аудиторію.

Експериментальний маркетинг застосовують не тільки метал гурти чи класичні виконавці. Багато прикладів можна знайти також і в інших жанрах музики та сферах діяльності.

Отже, маркетинг на основі досвіду використовує живий досвід для створення справжніх зв'язків між брендом та споживачами. З плином часу даний вид маркетингу може набути більшого поширення або використовуватися з поєднанням інших видів. Адже як відзначав Марк Твен «народ – єдиний критик, чиє судження має значення». Тому чим більше бренди прагнуть передати позитивний досвід споживачам та бути ближчими до них, тим частіше буде застосовуватися експериментальний маркетинг.

*Список використаних джерел:*

1. Laoyan S. 19 types of marketing you should know about. Сайт компанії Asana. 30.09.2021. URL: <https://asana.com/ru/resources/types-of-marketing> (дата звернення: 15.05.2022).
2. What Is Experiential Marketing? Сайт компанії Limelight. 13.11.2019. URL: <https://www.limelightplatform.com/blog/what-is-experiential-marketing#> (дата звернення: 15.05.2022).
3. What Is Experiential Marketing and Why Is It so Critical? Сайт компанії Salesforce. URL: <https://www.salesforce.com/products/marketing-cloud/best-practices/experiential-marketing/> (дата звернення: 15.05.2022).

4. Becker B. 14 Examples of Experiential Marketing Campaigns That'll Give You Serious Event Envy. Сайт компанії Hubspot. 16.08.2021 URL: <https://blog.hubspot.com/marketing/best-experiential-marketing-campaigns> (дата звернення: 15.05.2022).
5. Thomas S. Why Use Experiential Marketing For Music Events And How To Make It Successful. Сайт компанії Tweak Your Biz. 14.10.2019. URL: <https://tweakyourbiz.com/marketing/marketing-strategy/music-events#:~:text=> (дата звернення: 15.05.2022).

**Vladyslava Bashta**

*Ivan Franko National University of Lviv*

#### CURRENT APPROACHES TO EXPERIMENTAL MARKETING

This article discusses the features of experiential marketing. The advantages of experiential marketing are also revealed. The article has some examples of experiential marketing at the end.

*Keywords:* experimental marketing, marketing, experience, marketing experience, marketing communications.

**Аделіна Бегумян**  
Львівський національний університет імені Івана Франка  
abegumyan@gmail.com

## СТРАТЕГІЧНІ ЦІЛІ ТА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

Діяльність аграрних підприємств повинна супроводжуватися визначенням стратегічних цілей та розробкою власних стратегій розвитку для досягнення конкурентних переваг на ринку. Адже саме стратегія дозволить підприємству вміло зреагувати на кризові ситуації та успішно функціонувати.

Базою розробки успішної стратегії є чітке і правильне визначення стратегічних пріоритетів розвитку (стратегічних цілей). Їх можна розділити на дві групи: захисні та наступальні, які пов'язані із майбутнім зростанням. Захисні цілі відображають прагнення підприємства утримати свою позицію на ринку і протистояти основним конкурентам. В умовах кризової ситуації, яка характеризується економічним падінням, інфляцією, зростаючою конкуренцією, частою зміною економічного законодавства, на нашу думку, значній кількості сільськогосподарських виробників доцільно ставити перед собою захисні цілі.

Основною метою стратегії є досягнення підприємством конкурентних переваг, які дозволять йому забезпечити стійке функціонування та сталий економічний розвиток в довгостроковій перспективі з урахуванням нестабільності економіки та можливістю виникнення непередбачуваних обставин.

Проте, якщо говорити про формування стратегії розвитку аграрних підприємств, то є цілий ряд чинників, що на неї впливають. Загалом їх можна поділити на 3 групи:

1. Ринкові умови (потреби споживачів, посередників, постачальників, поведінка конкурентів на ринку).
2. Внутрішній потенціал підприємства (ресурси підприємства та сильні сторони, конкурентні переваги).
3. Макросередовище (економічні, політичні, науково-технічні, соціально-культурні та природно-географічні чинники).

Агресія Росії проти України на перший план висунула проблеми подальшого функціонування вітчизняного аграрного сектору. Для вирішення цього питання підприємствам, насамперед, необхідно розробити нові стратегії розвитку з урахуванням можливих небезпек. До таких небезпек можуть належати як загрози руйнування підприємств, загроза неврожаю, так і загроза ускладнення торгівлі.

Україна є одним із основних експортерів агропродовольства на світовий ринок. Вона займає третю позицію за постачанням продуктів на ринок ЄС після США та Бразилії. Частка експорту України зерна і зернових культур у світовому обсязі становить приблизно 20-25%. Частка кукурудзи українського виробництва на європейському ринку становить 58%, а на світовому – 16%. Основними споживачами зерна і зернових культур, які експортує Україна є: Єгипет, Туніс, Лівія, Ліван, Ємен, Пакистан, Китай та інші країни.

На кінець 2021 року обсяг виробництва аграрної продукції України становив 27,9 млрд дол. США. Проте у 2022 році прогнозується падіння даного показника на 17,4% [2].

На початок травня 2022 року в Україні на складах зберігається більше 20 млн тонн зерна і зернових культур, які Україна не встигла експортувати до початку російської агресії. Існує також ряд інших небезпек, які загрожують аграрним підприємствам. Наприклад, через активні бойові дії аграрії багатьох областей України не встигли вчасно засіяти зерно, також скоротився рівень обороту сільськогосподарської продукції на ринку Європи та світовому ринку, наслідком чого є зростання цін на продовольство в усьому світі. Ціни на продукти харчування у світі зросли на 12,5%, що є найвищим показником за останні 32 роки. За приблизними підрахунками FAO ціна на продовольчі товари на ринку Європи від початку війни в Україні зросла в середньому на 13%, проте за прогнозами вчених ціни до кінця року можуть зрости ще на 22% [1].

В сучасних умовах основними стратегічними цілями, які варто врахувати аграрним підприємствам при формуванні стратегії розвитку є:

1. Застосування нових технологій при виробництві продукції (нове обладнання, нові методи управління запасами і збутом).
2. Створення нових каналів збуту (пошук нових споживачів, альтернативних шляхів транспортування тощо).
3. Підвищення рівня обсягу виробництва (покращення врожайності, застосування нових сортів продукції).
4. Зниження рівня собівартості продукції.
5. Перегляд асортиментної політики (з урахуванням потреб світового ринку).
6. Удосконалення процесу ціноутворення.
7. Залучення інвесторів.

Визначальними елементами стратегії є позиціонування продукції за ціною і якістю, на яке впливає багато факторів, зокрема, швидкість ринкових змін і динаміка попиту. Тому актуальним є завдання переходу до стратегії диференціації, що передбачає удосконалення географічної і товарної структур, поглиблення переробки аграрного продукту (особливо експортованого), збільшення в ньому частки доданої вартості. Це дозволить національним сільгоспвиробникам завоювати продовольчі ринки країн Азії, Африки, Центральної та Південної Америки, які швидко розвиваються завдяки зростанню доходів населення та формуванню нової культури харчування. Українські виробники мають всі можливості зайняти на них сегмент високоякісної продукції з помірними цінами.

*Список використаних джерел:*

1. Продовольча та сільськогосподарська організація ООН. – [Електронний ресурс]. – Джерело доступу : <https://www.fao.org/home/en>
2. Державна служба статистики України. – [Електронний ресурс]. – Джерело доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Стратегії розвитку аграрного сектору України. – [Електронний ресурс]. – Джерело доступу : <http://www.aau.org.ua/uk/publications/web/856>

**Adelina Behumian**

*Lviv National University of Ivan Franko*

### STRATEGIC GOALS AND STRATEGY OF DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL ENTERPRISES IN UKRAINE

*Anotation:* the essence of the concept "strategy" is considered in the work. The main factors influencing the development strategy of the enterprise are identified. The functioning of enterprises in modern conditions is analyzed. The strategic goals of agricultural enterprises have been formed.

*Keywords:* Strategy; development; agricultural enterprise; competitive advantages; potential; external environment; internal environment.



Надія Бик

Львівський національний університет імені Івана Франка

E-mail: nadiabyk2000@gmail.com

## СИСТЕМА НЕДЕРЖАВНОГО ПЕНСІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УКРАЇНИ

Коли люди вирішують, продовжувати чи ні працювати в старшому віці, вони повинні розглянути це питання в перспективі. У сучасних соціально-економічних умовах питання фінансової стійкості пенсійної системи продовжують залишатися дуже актуальними. Виклики, що стоять перед вітчизняною пенсійною системою, а саме: старіння населення, зниження економічної активності, розширення сектора тіньової економіки зумовили необхідність активізації розвитку недержавного пенсійного забезпечення (НПЗ).

Сутність, роль та необхідність розвитку НПЗ досліджували у своїх працях такі вітчизняні вчені, як Зайчук Б.О., Корнєєв В.В., Надточій А.О., Лібанова Е.М., Терещенко Г.М., Бабірад М. М., Головенко І.П., Діденко Л.В. Також дослідженню даної теми займалися і зарубіжні вчені: Амманн М., Баздаріч М., Бончік В., Бронштейн Е., Буус Ф., Девіс Е. Однак попри наявність численних досліджень відомих учених цієї проблеми, у науковій літературі залишається недостатньо висвітленим питання удосконалення системи НПЗ в Україні.

**Система НПЗ** - це складова частина системи накопичувального пенсійного забезпечення, яка ґрунтується на засадах добровільної участі фізичних та юридичних осіб, крім випадків, передбачених законами, у формуванні пенсійних накопичень з метою отримання учасниками недержавного пенсійного забезпечення додаткових до загальнообов'язкового державного пенсійного страхування пенсійних виплат [3].

НПЗ відіграє важливу роль у системі пенсійного забезпечення населення. Воно є безпечним та надійним способом гарантування гідного рівня життя після виходу на пенсію. Також, не менш важливим є те, що система НПЗ є джерелом довготермінових інвестицій, які є важливими для економічного розвитку країни. У таких країнах, як Великобританія, Нідерланди, Швейцарія обсяг інвестицій з недержавної пенсійної системи перевищує половину ВВП [2, с. 178].

НПЗ – це додаткова (недержавна) пенсія, яка може стати істотним джерелом доходу після досягнення пенсійного віку. НПЗ створює додаткове стимулювання для роботодавців і працюючих громадян до накопичення коштів, які в подальшому вони зможуть використовувати як додаткову пенсію, а також залучає до створення пенсійних фондів банки та небанківські фінансові установи.

### НПЗ здійснюється такими суб'єктами:

- **пенсійними фондами** – шляхом укладення пенсійних контрактів між адміністраторами пенсійних фондів та вкладниками цих фондів;

- **страховими організаціями** – шляхом укладення договорів страхування довічної пенсії, страхування ризику настання інвалідності або смерті учасника фонду;

- **банківськими установами** – шляхом укладення договорів про відкриття пенсійних депозитних рахунків для накопичення пенсійних забезпечень у межах суми, визначеної для відшкодування вкладів Фондом гарантування вкладів фізичних осіб.

Участь суб'єктів, які беруть участі у НПЗ, є добровільною, а не обов'язковою. Суб'єкти, які сприяють функціонуванню системи НПЗ, також не є стабільними категоріями в контексті НПЗ.

Станом на 30.09.2021 в Державному реєстрі фінансових установ (ДРФУ) містилася інформація про 63 недержавні пенсійні фонди (НПФ) та 19 адміністраторів НПФ. Також станом на 15.09.2021 ДРФУ обліковувались 169 страховиків, з них 17 - компанії зі страхування життя.

Низький рівень доходу більшості українців, а також недовіра до страхових компаній зі страхування життя, недержавних пенсійних фондів і комерційних банків, що відкривають пенсійні рахунки основні чинники, що не дають розвиватись системі НПЗ.

Для стимулювання розвитку НПЗ необхідно оновити законодавчу базу, забезпечити макроекономічну стабілізацію, стимулювати зростання рівня життя населення, детінізацію доходів, а також сприяти підвищенню обізнаності громадян у сфері фінансового добробуту та пенсій [1, с. 6].

**Висновки.** НПЗ створює додаткове стимулювання для роботодавців і працюючих громадян до накопичення коштів, які в подальшому вони зможуть використовувати як додаткову пенсію, а також залучає до створення пенсійних фондів банки та небанківські фінансові установи.

Сьогодні проблема розвитку НПЗ полягає у недостатній обізнаності людей із нововведеннями. Негативно також впливає на діяльність системи НПЗ те, що в Україні дуже високий рівень недовіри населення до банків та страхових компаній, тому найбільша кількість учасників системи віддає перевагу НПФ.

В перспективі розвитку НПЗ в Україні необхідно зосереджувати увагу інформуванню молодого покоління про важливість формування власних пенсійних накопичень. Ефективність розвитку недержавного пенсійного забезпечення залежить від належного рівня фінансової спроможності населення та сприятливої демографічної, політичної та економічної ситуацій в країні.

### Список використаних джерел:

1. Приймак І., Вишивана Б. Недержавне пенсійне забезпечення в системі соціального захисту населення. Світ фінансів. – 2019. – № 3(60). – С. 121–138 URL: <https://doi.org/10.32843/bses.55-31>
2. Бачинська О.В., Кравчук О.М. Роль недержавних пенсійних фондів у системі пенсійного забезпечення. Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 2, Т. 2. – С. 177-182. URL: [http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2010\\_2\\_2/pdf/177-182.pdf](http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2010_2_2/pdf/177-182.pdf)
3. Закон України «Про недержавне пенсійне забезпечення» від 09.07.2003 № 1057-IV зі змінами та доповненнями URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1057-15>

Nadiia Byk

Ivan Franko National University of Lviv

UKRAINIAN SYSTEM OF NON-STATE PENSION PROVISION

When individuals decide whether or not to continue working at older ages, they must solve an inherently forward-looking, dynamic problem. In modern socio-economic conditions, the issues of financial stability of the pension system continue to be very relevant. Challenges facing the domestic pension system, namely: population aging, declining economic activity, expansion of the shadow economy sector necessitated the intensification of the development of non-state pension provision,

**Keywords:** non-state pension provision, non-state pension fund, pension.

Юлія Богач

Львівський національний університет імені Івана Франка

Ulia.bogach@gmail.com

## ФІНАНСІАЛІЗАЦІЯ ТОВАРНИХ РИНКІВ СИРОВИННОЇ ПРОДУКЦІЇ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ

Упродовж останніх десятиліть деривативи, базовим активом яких є сировинні товари, набули значної популярності серед портфельних інвесторів. Процес зростання обсягів таких угод, що має своїм наслідком зростання волатильності цін на базові активи, в економічній науці називають фінансiалiзацією товарних ринків. Цей процес також проявляється у зміні структури учасників торгів товарними деривативами. Традиційними учасниками таких ринків зазвичай вважались комерційні хеджери та некомерційні трейдери. Комерційні хеджери - виробники та споживачі певного товару регулярно укладають ф'ючерсні та опціонні угоди для хеджування ризиків несприятливих змін спот-цін. Некомерційні трейдери, такі як хедж-фонди чи інші управлінці активами інвестують чужі кошти на дискреційній основі в товарні ф'ючерси та опціони. Однак останніми десятиріччями на ринку товарних деривативів відбувся значний приплив капіталу так званих торговців товарними індексами, яких також називають індексними спекулянтами. Останні здебільшого інвестують у товарні індекси, такі як S&P GSCI та Bloomberg Commodity Index, і намагаються впливати на ціну сировинного товару в рамках реалізації їхньої широкої стратегії портфельного інвестування [1, с. 424].

Прояви фінансiалiзацiї товарних ринків чітко простежуються в динаміці показників біржової торгівлі товарним деривативами впродовж останніх 20-ти років, зокрема у збільшенні відносної частки таких угод у загальній торгівлі похідними цінними паперами, в абсолютному зростанні кількості укладених товарних ф'ючерсів та опціонів і їхньої номінальної вартості. Так, наприклад, упродовж 2000-2020 рр. частка таких похідних цінних паперів у загальному обсязі укладених на біржах угод з деривативами більш ніж подвоїлась і зросла від 8% до 19,5% [2, с. 30]. Абсолютні значення обсягів торгівлі товарними ф'ючерсами зросли майже у 83 рази - з 119,3 млн укладених угод у 2000 р. до 9,9 млрд у 2021 р., а опціонами - майже у 25 разів (з 18,1 млн у 2000 р. до 449,6 млн у 2021 р.). Водночас, упродовж 2020-2021 рр. щорічні темпи зростання товарних ф'ючерсів становили 34% та 10% відповідно, а опціонів - 26% та 36%. Значними темпами зростає і номінальна вартість укладених на світових біржах товарних деривативів - опціонів з 97 млрд дол. США у 2002 р. до 10 трлн у 2021 р., ф'ючерсів з 2 трлн до 184 трлн. дол. США відповідно. Загалом же, упродовж 2021 р. учасниками ринку було укладено угод номінальною вартістю на 194 трлн дол США [3], тоді як світовий валовий внутрішній продукт за оцінками експертів становив лише 94 трлн. дол. США [4].

Аналізуючи сучасні тенденції торгівлі товарними деривативами, варто зазначити, що впродовж останніх років змінились географічні центри такої торгівлі. Так, у 2021 р. найбільше контрактів було укладено на товарних біржах Азійсько-Тихоокеанського регіону - Чженчжоуській (25%), Шанхайській (24%) та Даляньській (23%), на біржі Американського регіону припадало всього 11% усіх угод, а на Європу, Близький Схід та Африку разом - 15%. Що ж до структури товарних деривативів за базовим активом, то в близько 34% укладених угод базовим активом була сільськогосподарська сировина, у 26% - енергоносії, у 8% - нецінні метали, у 7% - цінні метали, решту 25% припадало на інші товарні групи (пластик, поліпропілен, скло тощо).

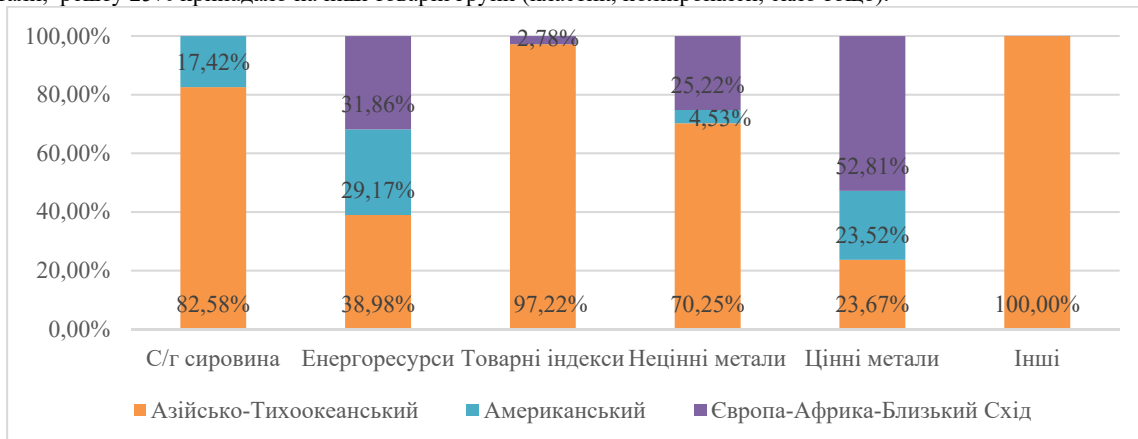


Рис. 1. Структура світової торгівлі товарними деривативами у розрізі регіонів та базових активів у 2021 р.

Джерело: розраховано та побудовано автором на підставі даних Світової Федерації Бірж [3].

Найчастіше для оцінювання рівня фінансiалiзацiї того чи іншого ринку порівнюють обсяги укладених деривативів із відповідними обсягами виробництва того чи іншого товару. Так, наприклад у 2020 р. лише на біржах групи Чиказької товарної біржі було укладено 274 млн ф'ючерсів на сиру нафту (розмір угоди - 1000 барелів) [2, с.33], тоді як річний світовий видобуток нафти становив близько 32,3 млрд барелів (88,4 млн барелів за день) [5, с.18], тобто обсяги ф'ючерсних контрактів перевищували світове виробництво у 8,5 разів. Учасниками Чженчжоуської товарної біржі у 2020 р. було укладено 344,9 млн ф'ючерсів на постачання метанолу (розмір угоди - 10 т) [2, с.33], а світове виробництво оцінюється в близько 110 млн т [6]. Обсяг укладених угод найпопулярнішого на Даляньській товарній біржі деривативу на сою у 2020 р. становив 359,5 млн угод (розмір угоди - 10 т) [2, с.33], а світове виробництво сої становило близько 364 млн т [7]. Абсолютна більшість відкритих позицій інвесторів за товарними деривативами ліквідуються ними до завершення дії контрактів за допомогою офсетних угод, лише близько 2-5% контрактів закінчуються реальним постачанням товарів [8, с.117].

Таким чином можемо дійти висновку, що більшості біржових товарних ринків сировинної продукції притаманний значний рівень фінансiалiзацiї, що проявляється у перевищенні обсягів торгівлі над реальними обсягами виробництва самого товару (базового активу деривативів). Особливо високий рівень фінансiалiзацiї притаманний ринку сільськогосподарської сировини та енергоносіїв, що значною мірою впливає на волатильність цін на ці товари, а також можливість спекулятивного впливу на них.

Список використаних джерел:

1. Ing-Haw Cheng, Wei Xiong. Financialization of Commodity Markets. *Annual Review of Financial Economics*. 2014. №6. P. 419-441. URL: [https://www.princeton.edu/~wxiong/papers/Review\\_Financialization.pdf](https://www.princeton.edu/~wxiong/papers/Review_Financialization.pdf)
2. The WFE Derivatives Report 2020. URL: [https://www.world-exchanges.org/storage/app/media/research/report\\_covers/2020IOMA%20report%20draft\\_%20v8%20FINAL%20for%20website.pdf](https://www.world-exchanges.org/storage/app/media/research/report_covers/2020IOMA%20report%20draft_%20v8%20FINAL%20for%20website.pdf)

3. The World Federation of Exchanges. Statistical Portal. URL: [statistics.world-exchanges.org](https://statistics.world-exchanges.org)
4. The IMF Data Page. GDP and components selected indicators. URL: <https://data.imf.org/regular.aspx?key=61545852>
5. Bp Statistical Review of World Energy 2021 70th edition. URL: <https://www.bp.com/content/dam/bp/business-sites/en/global/corporate/pdfs/energy-economics/statistical-review/bp-stats-review-2021-oil.pdf>
6. The Methanol Industry. Methanol Institute. URL: <https://www.methanol.org/the-methanol-industry/>
7. United States Department of Agriculture. Oilseeds - World Markets and Trade. URL: [https://apps.fas.usda.gov/psdonline/downloads/psd\\_alldata\\_csv.zip](https://apps.fas.usda.gov/psdonline/downloads/psd_alldata_csv.zip)
8. J. Hull. Options, futures, and other derivatives / John C. Hull, University of Toronto. Ninth edition. URL: [https://faculty.ksu.edu.sa/sites/default/files/options\\_futures\\_and\\_other\\_derivatives\\_8th\\_ed\\_part1.pdf](https://faculty.ksu.edu.sa/sites/default/files/options_futures_and_other_derivatives_8th_ed_part1.pdf)

**Yuliia Bohach**

*Ivan Franko National university of Lviv*

#### FINANCIALIZATION OF COMMODITY MARKETS: CURRENT TRENDS

*Annotation.* The thesis is devoted to the study of current trends of commodity markets financialization. The dynamics of absolute and relative indicators of trade in commodity derivatives, its structure in terms of geographic markets and underlying assets is studied.

*Keywords:* financialization, commodity derivatives, commodity markets, futures, options, commodity index traders.

Артур Бойчук

Львівський національний університет імені Івана Франка,  
e-mail: artur.boichuk@lnu.edu.ua

## МОНЕТАРНА ПОЛІТИКА ФЕДЕРАЛЬНОЇ РЕЗЕРВНОЇ СИСТЕМИ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19

Економіка та усі її сфери постійно розвиваються з плином часу та підлаштовуються під історичні умови. За останні десятиліття світ перейшов у фазу глобалізації, що супроводжується постійними потоками грошей та капіталу по всьому світу. Це спричинило вихід фінансового ринку на перший план у сучасній економіці, як індикатора економічної стабільності держави.

Монетарна політика є одним з джерел державного регулювання національної економіки, що застосовується для досягнення та підтримки запланованих рівнів важливих макроекономічних показників за допомогою використання інструментів грошово-кредитних та валютних регулювань.

Ефективність застосування такого державного втручання визначає стан усієї фінансової системи країни та дає змогу стимулювати ділову активність в умовах депресії й пригнічувати, утрудняти економічне зростання за перегріву кон'юнктури ринку. Для сучасної ринкової економіки монетарна політика має надзвичайно важливе значення, адже важливість фінансових ринків з кожним роком зростає, про що свідчить настання фінансової кризи 2007-2008 років. Економічна теорія існує уже декілька сотень років, а в сучасному етапі її розвитку саме фінансові ринки та інститути відіграють ключову роль, визначають конкурентоспроможність та стабільність держави у системі міжнародних торговельних відносин.

У першій половині 2020 року спалах коронавірусу COVID-19 спровокував найгірший глобальний економічний спад з часів закінчення Другої світової війни. У другому кварталі 2020 року видобуток у більшості країн ОЕСР впав набагато різкіше, ніж під час фінансової кризи 2008 року. З одного боку, шок від пандемії призвів до того, що потенціал виробництва різко впав, з іншого боку, це також викликало масовий вплив на попит: страх перед ризиком зараження спричинив майже повне падіння попиту в секторах з інтенсивним контактом (туризм, ресторани, культура, освіта тощо). У багатьох секторах значну частину виробництва довелося зупинити – чи то через скорочення пропозиції в результаті закриття на замовлення уряду, чи через відсутність попиту, адже люди прагнули уникнути зараження. Однак вплив на попит не обмежувався секторами з інтенсивним контактом. Втрата доходів у цих секторах та страх скорочення робочих місць також призвели до зниження попиту в інших секторах. Пандемічний шок також вплинув на інші сектори через руйнування ланцюгів поставок та інших взаємозалежностей між ними. З початком пандемії розпочалися інтенсивні дебати щодо впливу цих потрясінь на економіку та відповідних політичних реакцій. З огляду на загрозу зростання безробіття, багато хто попереджав про небезпеку депресії, інші побоювалися, що заходи підтримки можуть запобігти необхідним структурним перебудовам і спровокувати різке підвищення рівня цін (висока інфляція). Спочатку дехто інтерпретував кризу як чистий шок пропозиції, який назавжди завдасть шкоди виробничому потенціалу і, отже, матиме інфляційний ефект, оскільки товарів, які ще є в наявності, ставатиме все менше, а отже, вони подорожують.

Економічний спад у першій половині 2020 року, спричинений спалахом COVID-19 та відповідними обмеженнями на діяльність, був одним із найбільших в історії США. Хоча шок від COVID-19 був перш за все тимчасовим зниженням загальної продуктивності факторів виробництва, падіння інфляційних очікувань свідчить про зниження сукупного попиту. Федеральна резервна система швидко відреагувала, як за допомогою монетарної політики, так і шляхом відкриття різноманітних засобів екстреного кредитування.

У відповідь на COVID-19 ФРС скликала два незаплановані засідання Федерального комітету з відкритого ринку в березні 2020 року для зниження процентних ставок. 3 березня 2020 року ФРС знизила ставку федеральних фондів з діапазону 1,5%-1,75% до діапазону 0%-0,25% для стимулювання економічної активності. 15 березня вони зменшили діапазон до 0%-0,25%.

23 березня ФРС оголосила, що збільшить обсяги купівлі казначейських цінних паперів і MBS до сум, необхідних для підтримки безперебійного функціонування ринку та ефективної трансляції монетарної політики. Ці покупки здійснювалися з безпрецедентною швидкістю до 125 мільярдів доларів щодня (75 мільярдів доларів у казначейських облігаціях і 50 мільярдів доларів у MBS) з березня 19 квітня 2020 року до 1 квітня 2020 року. 15 березня 2020 року ФРС оголосила, що вперше знижує резервні вимоги — суму готівки в сховищі або депозитів у ФРС, які банки повинні зберігати щодо депозитів — до нуля. У грудні 2020 року було оприлюднено остаточне правило, в якому вказано, що ФРС має намір постійно утримувати резервні вимоги на нульовому рівні. Після того, як почалася пандемія, ФРС зробила РЕПО доступною у більшому масштабі і у відповідь на вищі витрати на позики на ринках РЕПО. З 16 березня 2020 року по 1 травня 2020 року ФРС щодня надавала на аукціоні 1 трлн доларів США РЕПО. З 1 травня 2020 року ФРС щодня надавала 500 мільярдів доларів РЕПО. 31 березня ФРС створила механізм РЕПО іноземних і міжнародних валютних органів, щоб дозволити іноземним центральним банкам тимчасово обмінювати казначейські цінні папери на долари США. 13 травня 2020 року використання цього механізму досягло піку в 1,4 мільярда доларів.

Хоча монетарна політика ФРС сприяла відновленню економіки, оскільки зростання ВВП та рівень безробіття повертаються до своїх довгострокових показників, багато дослідників вважають, що вони могли (і повинні були) зробити більше для сприяння монетарної стабільності, адже зростання інфляційних показників свідчать про виникнення нових проблем, з якими буде боротись ФРС у наступні роки.

ФРС відкрила кілька кредитних програм у рамках свого повноважень з надання екстреного кредитування. Деякі з цих засобів мали на меті сприяти монетарній стабільності шляхом підтримки потоку кредитів через існуючі канали. Кредитування муніципалітетів і небанківського бізнесу, однак, було невиправданим і нерозумним: невиправданим, оскільки вони не були потрібні для підтримки монетарної стабільності, і нерозумним, оскільки вони виділяють кредитні переваги та підривають незалежність ФРС. Саме через ці непотрібні потоки зростання ліквідності економіки і зросли показники інфляції, зниження яких стане першочерговим завданням ФРС.

Уже навесні 2022 року інфляція США сягнула свого максимуму, перевищивши останнє пікове його значення ще 40-річної давності у 7,9%. Хоч і зміна цілей дозволяє інфляції перебувати далеко за межами свого цільового значення, адже було змінено концепцію таргету, ми вважаємо, що це матиме негативні наслідки для економіки, тому ФРС повинна визнати свою помилку та стримати цей процес, щоб уникнути тривалої рецесії.

У найближчі роки США буде чекати складний шлях боротьби з наслідками пандемії, що може знову вплинути на рівень виробництва та кількість безробітних. Проте ми віримо, що жорсткі дії зі сторони ФРС та підтримка громадян дозволять США знову подолати труднощі та продовжити свій розвиток.

*Список використаних джерел:*

1. Federal Reserve, "Federal Reserve Board Invites Public Comment on Proposed Amendments to Regulation D and Issues Final Rule Amending Regulation D with Regard To Reserve Requirement Ratios on Transaction Accounts," press release, December 22, 2020
2. Federal Reserve, "Federal Reserve issues FOMC statement," press release, March 23, 2020
3. Federal Reserve, "Federal Reserve issues FOMC statement," press release, December 16, 2020, at

4. Monetary Policy: What Are Its Goals? How Does It Work? July 29, 2021. URL: <https://www.federalreserve.gov/monetarypolicy/monetary-policy-what-are-its-goals-how-does-it-work.htm>.
5. See Woojung Park, Julia Gouny, and Haoyang Liu, "Federal Reserve Agency CMBS Purchases," Liberty Street Economics, Federal Reserve Bank of New York, July 16, 2020

**Boichuk A.M.**

*Ivan Franko National University of Lviv.*

*e-mail [artur.boichuk@lnu.edu.ua](mailto:artur.boichuk@lnu.edu.ua)*

#### MONETARY POLICY OF THE FEDERAL RESERVE SYSTEM IN THE CONVENTION OF THE COVID-19 PANDEMIC

The activity of the federal reserve system during the pandemic is analyzed. The positive and negative impact on the stabilization processes of the US national economy is determined. The consequences of the policy on the sharp rise in inflation have been studied. The main problems and directions of strengthening the monetary policy of the Fed are proposed.

*Keywords:* monetary policy, federal reserve system, banks, pandemic, inflation,

**Софія Бойко, Вікторія Дмитрук**  
Львівський національний університет імені Івана Франка  
bojko.sofiya@gmail.com, pik\_viktoria@ukr.net

## **СУТЬ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ, ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ТА ЕТАПИ ЇХ ВПРОВАДЖЕННЯ.**

Для початку слід визначити сутність поняття «якість». Для нас це щось суб'єктивне, так як під цим поняттям розуміється безліч критеріїв і визначень.

Для когось якість - це велика кількість характеристик чи(і) властивостей продукту, для інших досягнення цілей компанії, стандартів чи вимог споживачів.

В зарубіжних та вітчизняних літературних джерелах існують різні підходи до трактування поняття "якість". Найчастіше, в основу його розуміння закладаються наступні положення:

-Якість – це сукупність властивостей і характеристик товару (послуги), які задовольняють наявні і очікувані потреби споживачів;

- Якість - це ієрархічна система властивостей і характеристик

- Якість - Це відповідність стандартам експлуатації

Отже, такі різні трактування якості продукції свідчать про те, що дане поняття багато в чому залежить від ситуацій на ринку, різних позицій вчених, положень нормативно-правової бази певного часу чи країни. Важливість якості продукції, як одного із елементів впливу на внутрішні джерела фінансування для розвитку суб'єктів господарювання вимагає від управлінського персоналу здійснення ефективного та постійного контролю за ним.

Управління якістю, за сучасними підходами, розглядається одночасно як і складова системи управління підприємства, так і поодинокі процеси, що здійснюються з метою досягнення цілей, а згодом і стратегії компанії.

Управління якістю здійснюється систематично і циклічно, відповідно до цього проходить через певні етапи, які дістали назву цикл PDCA (відомого як цикл Демінга).

Перший етап - планування (Plan — P), на даному етапі ми розглядаємо як ефективно використати ресурси, що є в наявності, якою діяльністю, а головне для кого будемо займатись.

Другий етап - виконання запланованого (Do — D). На даному етапі здійснюється розробка чіткої «порокової інструкції», прописування цілей: тактичних і стратегічних.

Третій етап має назву - моніторинг та перевірка (контроль) виконання (Check — C). Відповідно до назви, процеси, що проходять на даному етапі орієнтовані на обрахування показників відповідно до діяльності, звірка з чек-листом виконаних завдань та звичайно здійснення корекцій дій для досягнення кращих результатів.

Завершальним та не останнім по значимості є четвертий етап - аналіз результатів виконаних дій, розроблення та впровадження коригувальних дій, спрямованих на постійне удосконалення (Action — A). В результаті виявлених невідповідностей здійснюються коригувальні дії, спрямовані на їх усунення та поліпшення якості.

Цикл повторяється доти, поки отримані результати не співпадуть з планом, який, в свою чергу, може змінюватися залежно від змін потреб і вимог споживачів.

Для розроблення та впровадження системи необхідно, реалізувати принципи, які являють собою узагальнене формулювання вимог, а для того щоб підвищувати їх ефективність, варто повне розуміння всіх процесів організації та основної діяльності підприємства.

Принципи якості – це фундаментальні засади та ідеї, що лежать в основі побудови та функціонування систем управління якістю. Вперше принципи якості були сформульовані Е. Демінгом, і включали 14 основних постулатів, які регламентували поведінку менеджерів щодо досягнення цілей в галузі якості. Їх сутність полягала в організації командної роботи, пріоритетності якості, впровадженні наукових підходів до управління якістю.

Використання вищезазначених принципів управління якістю дозволяє організації упорядкувати діяльність та більш ефективно розв'язувати завдання підвищення якості. Серед сучасних принципів управління якістю виділяють наступні:

1- Орієнтація на споживача (замовника) – керівництво має розуміти дійсні та майбутні потреби споживачів, задовольняти їх вимоги.

2- Лідерство – керівник організації визначає напрями та цілі діяльності, створюють сприятливе середовище для досягнення цілей.

3- Залучення персоналу – персонал є основою організації і повне залучення їх можливостей сприяє досягненню цілей і завдань

4- Процесний підхід – система управління якістю будується на основі управління процесами підготовки виробництва та надання послуг.

5- Системний підхід до управління – ідентифікація, розуміння та управління взаємо- залежними процесами за їх внеском в досягнення встановлених цілей та завдань

6- Постійне поліпшення та удосконалення – є стратегічною метою діяльності організації.

7 Прийняття рішень на підставі фактів – ефективні рішення базуються на логічному аналізі і раціональній оцінці інформації та порівнюваних даних.

8- Взаємовигідні стосунки з постачальниками – посилюють можливості обох сторін у створенні цінності послуги.

Кожен з цих принципів можна застосовувати окремо, але краще вони діють у комплексі. Включаючи один з них, невимушено слід включати і інший, так як управління якістю – це система, а підходи до її управління це як її елементи.

**Висновок.** Управління якістю – це процес, що на нашу думку, є одним з основних для досягнення конкурентоспроможності на ринку та просуванні своєї продукції серед споживачів. Якість – це не тільки ознака вибору серед тисячі товарів, а й комплекс дій щодо впізнаваності товару (компанії), вираженні посилу і звичайно збільшенні прибутку.

*Список використаних джерел:*

- 1.Оробчук М. Г. Управління якістю : навч. посібник / М. Г. Оробчук. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2019. – 280 с.
2. Попович Т. М. Управління якістю : навч. Посібник / Попович Т. М. – Тернопіль : Західноукраїнський національний університет, 2021. – 124 с.
3. Момот О.І. Менеджмент якості та елементи системи якості – навч. Посібник/ О.І. Момот., Центр учбової літератури 2007 -368с.

**Victoriya Dmutruk , Boiko Sofiia**

*Ivan Franko National University of Lviv*

THE ESSENCE OF QUALITY MANAGEMENT, BASIC PRINCIPLES AND STAGES OF THEIR IMPLEMENTATION.

*Annotation.* Quality management is a continuous process of influencing production through consistent implementation is logical interrelated functions to ensure quality. This is not an easy systemic process and consists of several stages, each of which has its own characteristics and specifics of action. To develop and implement the system it is necessary to implement the principles, which are a generalized formulation of requirements, and in order to increase their effectiveness, it is necessary to fully understand all the processes of organization and core business.

*Keywords:* quality, quality management, competitiveness, principles, stages, cycle, system

Марія Бойко

Львівський національний університет ім. Івана Франка  
mariyabojko@ukr.net

## СТАН ПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ

Промисловість є найважливішою структурною одиницею господарського комплексу України. На його частку припадає 1/3 основних фондів. Промисловість, як провідна ланка економіки України, визначає рівень її економічного розвитку, спеціалізацію економіки, масштаби розподілу праці на території, міцність територіально-економічних зв'язків.

Промислове виробництво (промисловість) – низка видів економічної діяльності, пов'язаних з видобутком корисних копалин, переробкою, електроенергією, газом і паром, кондиціонуванням повітря, водопостачанням, водовідведенням, збиранням і утилізацією відходів, а також ліквідацією забруднення відповідно до визначення класифікації економічної діяльності[3].

Промислова політика — це система заходів, що опосередковано чи прямо регулюють розвиток промисловості для забезпечення виробництва конкурентоспроможної промислової продукції.

Державні фонди розвитку промисловості надають фінансову підтримку суб'єктам діяльності у галузі промисловості у вигляді позик, дотацій, внесків до статутного капіталу, фінансової оренди (лізингу). Державні фонди розвитку промисловості, створені органами державної влади або місцевого самоврядування, спільно з організаціями, що входять до інфраструктури забезпечення діяльності у галузі промисловості, надають фінансову підтримку суб'єктам діяльності у сфері промисловості на вул. за рахунок коштів державного бюджету, органів місцевого самоврядування, а також за рахунок інших джерел, заборонених законодавством. Вищим органом управління державним фондом розвитку промисловості є наглядова рада.

Структура промислового комплексу складається з харчової промисловості, важкої промисловості (машинобудівний, металургійний, хімічно-лісовий, поливно-енергетичний комплекси і промисловість будівельних матеріалів) та легкої промисловості.

У 2020 рік українська промисловість увійшла у кризовому стані – у січні падіння індексу промислової продукції склало 5,1%, у лютому – 1,5%. Та вже в березні вона отримала нищівний удар у вигляді пандемії COVID-19 та світової економічної кризи. Наслідком стало те, що в першому півріччі 2020 року індекс промислової продукції скоротився на 8,3%. Індекс промислової продукції у першому півріччі 2020 року склав лише 80,6% від рівня першого півріччя 2013 року та 77,7% від рівня першого півріччя 2013 року[6].

У 2021р. у промисловому виробництві, після відновлення зростання у грудні 2020р. (на 5,3%), було зафіксовано падіння на рівні 4,0%. Це відбулося в умовах дії системних негативних чинників, посилені дією січневого локдауну, що призвело до затухання виробничої активності, особливо в найбільш контактних видах виробництва. І хоча на світових товарних ринках наразі спостерігається покращення цінової кон'юнктури, протекціонізм та висока конкуренція не дозволяють в повній мірі вітчизняним виробникам скористатися даними умовами.

За підсумком січня 2021р. зростання спостерігалось в 3 регіонах - найбільше у Луганській обл. (на 15,0% у 2020р.), Вінницька обл. (на 6,2% відповідно) та Донецька та обл. (на 5,7% відповідно) за рахунок низької статистичної бази порівняння минулого року. Найбільше скорочення – у Кіровоградській обл. (на 37,8% у січні 2021р.).

У 2021 році проти показників 2020 року індекс промислової продукції становив 101,1%, у т.ч. у добувній промисловості та розробленні кар'єрів – 100,9%, переробній – 101,5%, постачанні електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря – 99,9%[5].

Варто зазначити, за підсумком 2021 року зростання цін у промисловості було надвисоким – 62,2% (2,7% за грудень), у середньорічному обчисленні – 40,8%, що стало відображенням високої цінової динаміки на ключові товари вітчизняного експорту на тлі активного розширення постпандемічного попиту, у т.ч. і внутрішнього. Оскільки захисні механізми, що притаманні споживчому ринку, не мали аналогічного прояву на ринку виробників промислової продукції, то чинник високих зовнішніх цін став відправною точкою для вітчизняного виробничого сектору.

Індекс промислового виробництва, він же індекс виробництва промислової продукції, або індекс промислової продукції — відносний показник динаміки обсягу промислового виробництва, що показує його підйом або спад.

Індекс промислового виробництва в Україні у січні 2022 склав 87,0 % [5].

Тисяча найбільших компаній України загалом генерує близько 50-55% виручки усіх підприємств в країні. Вони здійснюють широкий спектр видів економічної діяльності. Найбільш представлені сектори економіки рейтингу: харчова промисловість (143 компанії), нафтогазовий сектор електроенергетики (83) сільське господарство (77), роздрібна торгівля (66) та металургія (64).

Такі сектори як металургія, транспорт і логістика, фармацевтика, тютюнове виробництво, попри відносно нижчу кількість великих компаній у першій тисячці, генерують значно вищі рівні доходів у розрахунку на одне підприємство. Основою ж великого бізнесу України залишаються галузі, що використовують мінеральні чи земельні ресурси. Важкі індустрії (насамперед металургія, нафтогаз і енергетика), агрокомплекс та харчпром досі визначають секторальний профіль і міжнародну спеціалізацію України.

Географічний розподіл найбагатших компаній України є нерівномірним. 50,3% великого бізнесу за обсягом доходів концентруються у Києві. Ще 29% доходів генерують 27% великих підприємств, що розташовані в промислових центрах: Дніпропетровській, Київській, Донецькій, Одеській та Харківській областях[7].

Стратегії промислового розвитку «2025»:

- модернізація та зростання промислового виробництва;
- цифровізація промисловості;
- вдосконалення методів господарювання;
- регіональний розвиток промисловості;
- підвищення ресурсоефективності промисловості.

Отже, за рахунок модернізації, зростання продуктивності та обсягів виробництва, підвищення ресурсоефективності, вдосконалення методів господарювання, зростання регіонального розвитку промисловості, інтеграції до світових виробничих ланцюгів промисловість України стане більш конкурентоспроможною, що збільшить внутрішні та зовнішні товарні продажі та, в кінцевому рахунку, посилюватиме економічну сталість держави, зменшуватиме її вразливість. Диверсифікація та розвиток виробництва також забезпечать пряму й непряму зайнятість, що сприятиме підвищенню рівня життя. Крім того, реалізація стратегічного завдання суттєво знизить ресурсну залежність, що є вкрай важливим для національної безпеки в широкому розумінні.

Список використаних джерел:

1. Проект розпорядження Кабінету Міністрів України "Про схвалення Стратегії розвитку промислового комплексу України на період до 2025 року". [Електронний ресурс]. Режим доступу : <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail>



2. «Стан промисловості України 2021» Річний звіт [Електронний ресурс]. Режим доступу : <https://web.telegram.org/19b29dcb-5972-4851-8388-3146b788ef32>
3. Дані державної служби статистики, останнє оновлення 07.05.2022, дата звернення 23.11.2021, електронний доступ: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu\\_u/prom.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/prom.htm)
4. Дані Міністерства економічного розвитку, торгівлі та сільського господарства України дата звернення 04.05.2022, останнє оновлення 1.05.2022, електронний доступ: <https://www.me.gov.ua/?languk-UA>
5. Ільчук В.П., Шпомер Т.О., Калініченко М.Ю. Проблеми та перспективи фінансового забезпечення розвитку промисловості України. ЕКОНОМІЧНА НАУКА. 2019. <http://ir.stu>
6. Розвиток промисловості за 2021 рік. Інформаційно аналітичний портал АПК України. URL: <https://agro.me.gov.ua/ua> дата звернення 05.05.2022, останнє оновлення 1.11.2021.
7. Міністерство екології України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://minek.com.ua/ua/> дата звернення 03.05.2022, останнє оновлення 1.05.2022.

**Boiko Maria**

*Ivan Franko National University of Lviv*

#### THE STATE OF THE INDUSTRIAL COMPLEX OF UKRAINE

Industry is the most important structural unit of the economic complex of Ukraine. It accounts for 1/3 of fixed assets. Industry, as the leading link in Ukraine's economy, determines the level of its economic development, the specialization of the economy, the scale of the division of labor in the territory, the strength of territorial and economic ties. Industrial production (industry) - a number of economic activities related to mining, processing, electricity, gas and steam, air conditioning, water supply, sewerage, waste collection and disposal, and the elimination of pollution according to the classification of economic activity. Industrial policy is a system of measures that directly or indirectly regulate the development of industry to ensure the production of competitive industrial products. The structure of the industrial complex consists of the food industry, heavy industry (engineering, metallurgy, chemical-forestry, irrigation and energy complexes and building materials industry) and light industry.

*Keywords:* industry, industrial policy, economic complex, industrial production, state fund of industrial development, industrial complex, food industry, heavy industry, machine building, metallurgy, chemical-forestry, irrigation and energy complexes, building materials industry, light industry.

**Ірина Бондар**

*Львівський національний університет імені Івана Франка  
iryna.bondar@lnu.edu.ua, jbbestsong@gmail.com*

## **ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ЛОГІСТИКИ ПІДПРИЄМСТВА**

Глобалізація економічних процесів, розвиток міжнародних відносин та посилення конкуренції зумовили зміни в пріоритетах управління суб'єктами господарювання. На перше місце виходять потреби забезпечення стратегічного розвитку як підприємств загалом так і їх окремих ланок управління. Зміна пріоритетів стала причиною змін у інформаційних запитах користувачів облікової інформації, оскільки бухгалтерський облік слугує основним джерелом достовірної та неупередженої інформації про діяльність суб'єктів господарювання. Однак для прийняття стратегічних рішень щодо розвитку підприємства та його ключових ланок управління недостатньо лише облікової інформації у чистому її вигляді, а постає необхідність її аналітичного опрацювання відповідно до потреб користувачів та отримання достовірної та актуальної інформації про середовище функціонування господарюючого суб'єкта.

Сьогодні актуальною проблемою є організація обліково-аналітичного розвитку логістики підприємства, прикладних програм аналітичного супроводу розробки, прийняття, підтримки та реалізації стратегічних рішень щодо розвитку внутрішньовиробничих логістичних систем. Внутрішньовиробничі логістична система – це „складна, організаційно завершена (структурована) система, що складається зі взаємозалежних у єдиному процесі управління основними потоковими процесами та супутніми їм потоками елементів-ланок, сукупність, межі й завдання функціонування яких об'єднані внутрішніми цілями організації бізнесу і (або) зовнішніми цілями” [1, с. 103].

Обліково-аналітична система логістики підприємства ґрунтується на даних бухгалтерського обліку, що включають оперативні дані та використовують для аналітичних цілей статистичну, виробничу, довідкову й інші види інформації. Її завдання – об'єднати облікові й аналітичні операції в один процес, здійснювати оперативний мікроаналіз явищ, забезпечити безперервність процесів і використовувати згенеровані обліково-аналітичною системою результати під час формування рекомендацій для прийняття управлінських рішень.

В організації ефективної підсистеми обліково-аналітичного забезпечення стратегічного розвитку логістики підприємства „важливу роль відіграють загальноприйняті принципи, що виражають основні положення теорії, яку вивчають. Принцип означає вихідне, базове положення науки, яке зумовлює усі наступні твердження. Вони можуть бути закріплені в законодавчому порядку або сформульовані та рекомендовані професійними організаціями бухгалтерів, аудиторів чи аналітиків, ґрунтуються на теорії і практиці бухгалтерського обліку й економічного аналізу, правових прецедентів і господарських традицій” [2, с. 14].

Сучасна модель обліково-аналітичної системи логістики підприємства передбачає інтеграцію підсистем обліку й аналізу з діючими на підприємствах системами внутрішнього контролю та моніторингу.

Якщо підсистема облікового супроводу логістики підприємства нагромаджує інформацію про логістичні операції для відповідної категорії користувачів у формі звітності, зведених облікових форм тощо, застосовуючи облікові принципи, методи, процедури й інструменти, то підсистема аналітичного супроводу логістики підприємства дає оцінку змінам параметрів, визначає причинно-наслідкові зв'язки та силу їхнього впливу на ефективність логістичних операцій господарюючого суб'єкта. Разом з тим виникла проблема оперативного збору інформації про фактори зовнішнього середовища підприємства, які мають вагомий вплив на логістичну діяльність підприємства в теперішньому часі та можуть вплинути на її розвиток у майбутньому. Вирішення цієї проблеми напряму залежить від використання інструментів підсистем моніторингу та внутрішнього контролю на підприємстві.

Суттєвих змін зазнає роль аналітичної парадигми у зв'язку зі зменшення ролі облікової складової та підвищення ролі оперативного господарського аналізу. Це пов'язано з тим, що аналітичні дослідження проводять на підставі облікових даних, які мають ретроспективний (історичний) характер. При цьому виникає проблема часового лагу між інформацією, на основі якої приймають рішення, та реальною ситуацією, що склалася на момент прийняття самого рішення. Тому актуальним у практиці логістичного управління є застосування вартісно-орієнтованого підходу до аналізу поточних можливостей економічної діяльності з цільовою орієнтацією на майбутнє.

Для підвищення ефективності організації обліково-аналітичного забезпечення стратегічного розвитку логістики підприємства варто розробити нову систему показників, яка б ґрунтувалася на трансформуванні наявних систем аналітичних індикаторів з орієнтацією їх на стратегічні цілі. Формою такої трансформації може слугувати збалансована система показників, яка дасть змогу пов'язати, з одного боку, конкретні дії, що оцінюють логістичні явища за допомогою традиційних показників, з формуванням і реалізацією стратегій, а з іншого боку, розрізнені блоки показників інтегровані в єдину систему, орієнтовану на досягнення конкретних загальних цілей логістики підприємства. Збалансована система показників, на нашу думку, мала б складатися з чотирьох взаємопов'язаних блоків аналітичних індикаторів, таких як: фінансові показники; показники ефективності логістичного маркетингу; показники перебігу внутрішніх бізнес-процесів; показники динаміки ефективності навчання і розвитку персоналу, що бере участь у проведенні логістичних операцій.

*Список використаних джерел:*

1. Пліса З.П. Облікове забезпечення операцій в мікрологістичних системах. *Облік, аналіз, аудит та оподаткування: сучасна парадигма в умовах сталого розвитку* : зб. матеріалів VI міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 10 грудня 2020 р. Київ, 2020. С. 103-105.
2. Пліса В.Й., Пліса З.П. Облік і аудит : навч. посіб., 3-тє вид., випр. і доп. Львів: Видавництво ННБК „АТБ”, 2020. 688 с.

**Iryna Bondar**

*Ivan Franko National University of Lviv*

### **ORGANIZATION OF ACCOUNTING AND ANALYTICAL SUPPORT FOR THE STRATEGIC DEVELOPMENT OF ENTERPRISE LOGISTICS**

The globalization of economic processes, the development of international relations and increased competition have led to changes in the priorities of business management. In the first place are the needs to ensure the strategic development of enterprises as a whole and their individual management. The change in priorities has led to changes in the information requests of users of accounting information, as accounting is the main source of reliable and unbiased information about the activities of economic entities. However, to make strategic decisions about the development of the enterprise and its key management is not enough accounting information in its pure form, but there is a need for its analytical processing in accordance with user needs and obtain reliable and up-to-date information about the business environment.

Today the urgent problem is the organization of accounting and analytical development of enterprise logistics, applied programs of analytical support for the development, adoption, support and implementation of strategic decisions for the development of enterprise logistics.

To increase the efficiency of accounting and analytical support for the strategic development of logistics of the enterprise should develop a new system of indicators, which would be based on the transformation of existing systems of analytical indicators with a focus on strategic goals.

*Keywords:* accounting, economic analysis, logistics, accounting and analytical support of logistics.

**Марина Бондаренко**  
Міжнародний гуманітарний університет  
rubinodessa@gmail.com

## ОСОБЛИВОСТІ МЕНЕДЖМЕНТ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА З ПОЗИЦІЇ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ

В умовах сучасних ринків, зовнішньоекономічна діяльність (далі – ЗЕД) стає для багатьох підприємств одним із важливих чинників стабільного розвитку та ефективності господарської діяльності. Підприємства, що здійснюють зовнішньоекономічну діяльність є менш вразливими до впливу мікроекономічних чинників середовища функціонування, що сприяє вирішенню низки важливих завдань: – збільшенні прибутковості; – покращенні якісних характеристик продукції; – збільшенні обсягів продажу; – пошуку нових ділових партнерів; – уникненні сезонності попиту на товари тощо. Саме тому в умовах розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства активізація структурованого управління маркетингом є необхідною умовою для успішної конкурентної переваги та досягнення власних цілей на зовнішньому ринку.

Особливостям розвитку менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств присвячено розробки таких вітчизняних вчених, як: О.П. Гребельник, О.А. Кириченко, А.А. Мазаракі та ін. Процес управління маркетингом при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності розглянуто в роботах: О.В. Болотною, Л.В. Балабоною, І.В. Тьюхою, О.І. Вікарчук, Т.В. Ларіною, В.П. Оніщенко, Т.М. Циганковою та ін. Проте, окремі питання менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємства з позиції маркетингового управління ще залишаються не достатньо дослідженими.

Управління маркетингом в умовах зовнішньоекономічної діяльності підприємства визначається як ділова активність підприємства, спрямована на планування, ціноутворення, просування та спрямування потоку товарів і послуг компанії споживачам у більш ніж одній країні для отримання прибутку [4].

Управління маркетинговою діяльністю в умовах зовнішньоекономічної діяльності – досить масштабна та складна міжнародна діяльність. Тут компанія координує, інтегрує та контролює цілий ряд маркетингових програм на міжнародній арені. Головною метою компанії є досягнення певної синергії у діяльності як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Необхідність врахування логічної та обґрунтованої маркетингової поведінки під час прийняття рішення про вихід на зарубіжний ринок, застосування сучасних управлінських технологій в умовах інтернаціоналізованого маркетингового середовища вимагає визначення складових управління маркетинговою діяльністю компанії в процесі міжнародної діяльності [1].

Варто пам'ятати, що менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства з позиції маркетингового управління стикається з низкою загроз, зокрема: загрози пов'язані із особливостями глобального середовища, фінансово-економічні, політичні, інституційні тощо. Поруч з цим розвиток маркетингової діяльності в умовах здійснення зовнішньоекономічної діяльності надає підприємству ряд переваг: – підвищення ефективності продукції чи послуги; – набуття сильно конкурентної переваги на внутрішньому ринку; – зростання інформованості споживачів про марку підприємства та продукт чи послугу; – збільшення прибутку підприємства шляхом економії на масштабі та збільшення долі ринку [5].

Розглянемо більш детально етапи ефективного управління міжнародною маркетинговою діяльністю [1]:

1. Вибір ринку для здійснення зовнішньоекономічної діяльності.
2. Проведення глибокого маркетингового дослідження.
3. Визначення «готовності» продукту, тобто адаптації продукту до потреб зовнішніх цільових ринків.
4. Розробка маркетингової стратегії.
5. Контроль за впровадженням стратегії міжнародного маркетингу та в разі необхідності її корегування [6].

Поруч з цим, потрібно пам'ятати про впровадження в діяльність сучасних рекомендацій з ведення міжнародного маркетингу, а саме [7]:

1. Оптимізація веб-сайту компанії.
2. Вибір та активізація діяльності в соціальних мережах згідно з тенденціями цільового ринку.
3. Розвиток відео-маркетингу

Отже, підсумовуючи, варто наголосити, що управління маркетинговою діяльністю в умовах ЗЕД підприємства є доволі складним процесом, але його здійснення дозволяє підприємству розширювати ринки збуту, підвищувати ефективність продукту, збільшити конкурентну перевагу на внутрішньому ринку тощо. Проте, варто пам'ятати, що процес маркетингового управління має здійснюватися комплексно та систематично, а також з правильним вибором експортного ринку, проведенням глибокого маркетингового дослідження, адаптацію продукту та маркетингових програм, розробкою маркетингової стратегії та контролю за її впровадженням. Особливу увагу при роботі на зовнішніх ринках варто приділяти інтернет маркетингу. Підприємству необхідно імплементувати стратегію онлайн просування в загальну стратегію бізнесу.

*Список використаних джерел:*

1. Болотна О.В., Бушля Д.І. Управління маркетинговою діяльністю в умовах розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства [Електронний ресурс] / О.В. Болотна // Економіка та управління підприємствами. Випуск № 14. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: [https://economyandsociety.in.ua/journals/14\\_ukr/37.pdf](https://economyandsociety.in.ua/journals/14_ukr/37.pdf)
2. Бабій І.В. Вплив факторів на забезпечення зовнішньоекономічної діяльності промислових підприємств [Електронний ресурс] / І.В. Бабій // Економіка та управління підприємствами. Випуск 3. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: [https://economyandsociety.in.ua/journals/3\\_ukr/20.pdf](https://economyandsociety.in.ua/journals/3_ukr/20.pdf)
3. Манаєнко І.М., Просяник І.В. Особливості зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств в умовах Євроінтеграції [Електронний ресурс] / І.М. Манаєнко, І.В. Просяник // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Випуск 18, частина 3. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: [http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/18\\_3\\_2018ua/4.pdf](http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/18_3_2018ua/4.pdf)
4. Могильна Л.М. Теоретичні аспекти менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємства [Електронний ресурс] / Л.М. Могильна // Економіка та управління підприємствами. Випуск 22. 2018. – Режим доступу до ресурсу: <http://global-national.in.ua/issue-22-2018/30-vipusk-22-kviten-2018-r/3942-mogilna-l-m-teoretichni-aspekti-menedzhmentu-zovnishnoekonomichnoji-diyalnosti-pidpriemstva>
5. Global Marketing: Strategies, Definition, Issues, Example [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.cleverism.com/global-marketing-strategies/>
6. Ten fundamentals of export marketing [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.marketingdonut.co.uk/marketing-strategy/exporting/ten-fundamentals-of-export-marketing>
7. Three tips for a successful International Marketing Strategy [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://medium.com/@Wolfestone/3-tips-for-a-successful-international-marketing-strategy-61554e123294>

**Maryna Bondarenko**

*International Humanitarian University*

*rubinodessa@gmail.com*

FEATURES MANAGEMENT OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF THE ENTERPRISE FROM THE STANDPOINT OF  
MARKETING MANAGEMENT

In this article we have analyzed the features of the management of foreign economic activity of the enterprise from the standpoint of marketing management. Identified the main threats and benefits of such management. Singled out the stages of effective management of international marketing activities.

*Keywords:* foreign economic activity, management, marketing management, management of foreign economic activity.

**Анна Бондарук**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*  
*annabondaruk77@gmail.com*

## **ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ПРИРОДНОГО ГАЗУ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ**

Система ринку природного газу України, незважаючи на вигідне географічне положення, останнім часом все частіше стає об'єктом впливу політичних чинників, що призводить до скорочення обсягів транспортування природного газу та втрату ринкових позицій. Дослідження головних тенденцій розвитку світового газового ринку, ідентифікація внутрішніх загроз і викликів є одними із способів подолання наявних проблем у функціонуванні газотранспортної системи України та пошуку ефективних напрямків її розвитку.

Значимо, що нафтогазовий сектор є основою стабільного розвитку економіки України, бо забезпечує належне функціонування всіх інших галузей та задовольняє потреби населення в енергоресурсах. Особливий акцент потрібно зробити на дослідженні питань підвищення ефективності функціонування підприємств нафтогазового сектору та створення передумов для стимулювання процесів модернізації, підгрунтям чого є активізація інвестицій, та забезпечення енергетичної незалежності України. Перспективними напрямками підвищення ефективності функціонування цього сектора економіки України є:

- Стимулюванні розвитку газовидобувної галузі. Від 2016 р. Україна взяла курс на нарощення видобутку власного газу та ухвалили «Концепцію розвитку газовидобувної галузі України» (URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1079-2016-%D1%80#Text>), яку ще називають «Програма 20/20». Суть назви програми полягала в тому, що АТ «Укргазвидобування» досягне видобутку 20 млрд куб. газу до 2020 р. Реалізація «Програми 20/20» мала надати змогу державним та приватним підприємствам збільшити обсяг загального видобутку природного газу з 20 млрд куб. м у 2015 р. до 27,6 млрд куб. метрів у 2020 р., проте поставлених завдань такі не було досягнуто, програма зазнала провалу [1].

- Масштабному розгортанні проектів із видобування нетрадиційного газу. Газ ущільнених пісковиків діючих родовищ – доступний ресурс, який дозволить отримати приплив газу промислового призначення і наростити обсяги видобутку за умови застосування сучасних технологій інтенсифікації, виявлення продуктивних горизонтів та первинного і вторинного розкриття продуктивних горизонтів у свердловинах. [2] Розробка таких покладів є перспективним напрямком для нарощування видобутку і може стати реальним проривом України на шляху до енергонезалежності. Однак реалізація таких проектів пов'язана з використанням сучасних технологій, а тому потребує відповідного фінансового стимулювання з боку держави.

- Розробленні та впровадженні інноваційних технологій у сферах геологорозвідки, видобування та транспортування газу. Основними резервами інноваційного розвитку нафтогазового комплексу є: нарощування обсягів власного нафтогазовидобутку на основі сучасних технологій шляхом масштабного залучення у розробку малодобетних свердловин, малих родовищ, освоєння перспективних нафтогазових покладів на значних глибинах, розробки шельфових родовищ, залучення до розробки вуглеводневих ресурсів з нетрадиційних резервуарів; підвищення ефективності експлуатації газотранспортної та нафтотранспортної систем України за умов неповного їх завантаження; масштабне впровадження енергоощадних та енергоефективних технологій; нормативне, технічне, технологічне та кадрове забезпечення нафтогазового комплексу; удосконалення законодавчого регулювання у сфері ліцензування, рентних платежів, взаємовідносин освітніх, наукових та виробничих установ та організацій; раціональне розв'язання соціально-економічних проблем галузі; вдосконалення організаційно-економічного механізму забезпечення сталого розвитку нафтогазової енергетики на інноваційній основі. [3]

- Ефективному управлінні трансформаційними процесами в газовій галузі. Спонукальними чинниками трансформації українського газового сектора є значні інституційні транзакційні витрати та суспільні втрати, що зумовлюють неефективність ринкової моделі та деградацію галузевої інфраструктури. За таких обставин виникає потреба зменшити суспільні втрати шляхом перерозподілу транзакційних витрат між суб'єктами ринкових відносин, насамперед між державою та приватним сектором на користь останнього. [4] Саме на тих сегментах ринку природного газу, де такий перерозподіл за останні роки відбувся, можна спостерігати успішність реформ: зростання темпів внутрішнього видобутку, виникнення реальної конкуренції у сфері імпорту та постачання на нерегульованому сегменті ринку природного газу.

Таким чином, розвиток ринку природного газу України є пріоритетом напрямом держави в рамках стратегії досягнення енергетичної незалежності. Можливі шляхи стимулювання геологорозвідувальних робіт та створення сприятливого інвестиційного клімату в нафтовій промисловості потребують подальшого дослідження. Основними напрямками діяльності уряду мають бути: удосконалення фінансової політики, грошово-кредитне регулювання та спрощення адміністративних процедур. Важливими є питання внутрішнього регулювання ринку палива та зменшення його тіньової частини. Системні та комплексні зміни допоможуть рухати нафтогазовий сектор у правильному напрямку та матимуть позитивні наслідки для всієї економіки України.

*Список використаних джерел:*

1. Підсумки Програми 20/20: аналітичне дослідження URL: [https://iclub.energy/program2020\\_analytics](https://iclub.energy/program2020_analytics).
2. Техніко-економічні аспекти транспортування природного газу із морських родовищ / Є. І. Крижанівський, О. Г. Дзьоба, А. П. Джус, Ю. В. Міронов. *Науковий вісник Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу*. 2013. № 2. С. 7-15.
3. Перспективи та шляхи нарощування видобутку вітчизняних нафти та газу для підвищення енергетичної безпеки України. Інформаційне управління Апарату Верховної Ради України: офіційний сайт. URL: <https://www.rada.gov.ua/news/Novyny/111178.html>.
4. Юхимець Р. С. Вплив транзакційних витрат на трансформацію ринку природного газу України. *Економіка і прогнозування*. 2019. № 3. RL: [http://eip.org.ua/docs/EP\\_19\\_3\\_60\\_uk.pdf](http://eip.org.ua/docs/EP_19_3_60_uk.pdf).

**Anna Bondaruk**

*Ivan Franko National University of Lviv*

### **PROSPECTS FOR DEVELOPMENT OF UKRAINE'S GAS MARKET**

*Annotation.* Ukraine's gas sector is unstable and underestimated for a long time, wasting its significant untapped potential in the face of growing challenges. Ukraine has one of the largest production and reserves of natural gas among its neighbours. The oil and gas sector are the basis for the development of Ukraine's economy and a key factor in ensuring the country's energy security. However, at present stage there are a number of problems, systemic and comprehensive solutions which will promote the sector and have positive consequences for the entire economy of Ukraine.

*Keywords:* energy independence, national security, natural reserves, prospects, innovation, development, mining industry.

**Валентин Брездень**  
*Львівський національний університет імені Івана Франка*  
*brezdenvalentin70@gmail.com*  
**РОЗВИТОК УПРАВЛІНСЬКОЇ НАУКИ В УКРАЇНІ**

До 1991 року в Україні управлінська наука розвивалася в рамках підходів, які панували в колишньому СРСР. Хоча дослідження спрямовувалися на вдосконалення адміністративно-командної системи, певний досвід (позитивний і негативний) в галузі управління був накопичений.

Фахівці визначили сім етапів розвитку управлінської науки за радянських часів.

1 етап (жовтень 1917 – березень 1921). Розроблено форми й методи державного централізованого управління виробництвом, обґрунтовано принципи централізму, організаційні методи управління, диктатури та державного регулювання.

14 листопада 1918 року засновано відповідно до указу гетьмана Павла Скоропадського дуже важлива інституція – Українська академія наук (УАН, сучасна назва - Національна академія наук України) – вища наукова самоврядна організація України, що заснована на державній власності і є найбільшим центром наукових досліджень в Україні. Початково складалася із 45 наукових закладів та структур: 15 інститутів, 14 постійних комісій, 6 музеїв, 2 кабінетів, 2 лабораторій, ботанічного та акліматизаційного садів, астрономічної обсерваторії, біологічної станції, бібліотеки, друкарні та архіву.

Перше спільне зібрання академії відбулося у 1918 році. Відповідно, на ньому було обрано й першого президента УАН – Володимира Вернадського.

Поруч із прогресом у фізичних і технічних науках відбувалося фальшування історії АН УРСР, приховувалися з ідеологічних причин імена видатних науковців.

На нашу думку метою діяльності НАН України є отримання нових та узагальнення наявних знань про природу, людину і суспільство, розроблення наукових основ науково-технічного, соціально-економічного та культурного розвитку країни всебічне сприяння застосуванню результатів наукових досліджень, підготовка висококваліфікованих наукових кадрів, формування наукового світогляду в суспільстві.

2 етап (1921-1928). Подальше вдосконалення адміністративного управління виробництвом. Зроблені спроби застосування так званого госпрозрахунку як основи економічного управління. З'явилися трести й синдикати, а також формально вивчалася можливість участі працівників в управлінні.

- Трест – найбільш централізована форма монополістичних об'єднань, в межах якої підприємства-учасники відмовляються від виробничої, комерційної, а інколи й юридичної самостійності і підпорядковуються єдиному управлінню.

- Синдикати – одна з форм капіталістичної монополії – договірне об'єднання підприємств, окремої галузі виробництва, що створювалося з метою захоплення ринку шляхом спільного збуту товарів за спільними цінами.

3 етап (1929-1945). Організація індустріальної бази суспільного виробництва, вдосконалення структурного управління, методів підбору та підготовки кадрів, планування і організації виробництва.

4 етап (1946-1965). Пошук нових форм функціонування і взаємодії державних органів управління, спроба переходу до територіальної і територіально-галузевої системи управління, що призвело до поглиблення адміністрування.

Впродовж 1961-1965 років відбувалося посилення фундаментальних досліджень, впровадження наукових здобутків у практику, розширення використання новітніх методів дослідження у соціогуманітарних науках, суттєві зміни академічної структури, урізноманітнення географії та форм міжнародних зв'язків АН УРСР, масштабне будівництво академічних комплексів. У 1961 році Обчислювальний центр АН УРСР було реорганізовано в Інститут кібернетики, який став авторитетним осередком розроблення теорії цифрових автоматів.

5 етап (1965-1975). Здійснена спроба господарської реформи шляхом посилення ролі економічного управління.

Економічна реформа 1965 року в СРСР – система заходів у промисловості та сільському господарстві, яка передбачала запровадження елементів економічного регулювання. Їхня розробка та прийняття основних положень відбувалися з 1965 року за сприяння голови ради міністрів СРСР О. Косигіна.

6 етап (1975-1995). Усвідомлення неможливості реформування адміністративно-командної системи. Цей етап підтвердив необхідність радикальної зміни економічних відносин і корінних економічних реформ, проведення яких відноситься до 7 етапу (1985). В ньому розрізняють:

- 1 підетап – робота підприємств за першою моделлю господарського розрахунку, побудованою на нормативному розподілі прибутку;

- 2 підетап – застосування другої моделі господарського розрахунку, побудованої на нормативному розподілі доходу, розвиток орендних відносин; - 3 підетап – запровадження прогресивних форм організації праці, посилення кооперативного руху, збільшення економічної свободи;

- 4 підетап – запровадження територіального господарського розрахунку на всіх рівнях управління;

- 5 підетап – початок ринкових реформ в умовах розвитку незалежної національної економіки України [2].

У 2000 роках формувалася модель управління під впливом процесів глобалізації. 2008-2009 роках дешеві кредити для населення на товари тривалого використання спричинили перерозподіл надходжень від імпорту, виникла диспропорція між експорт орієнтованою продукцією та імпортованою – це період споживацького капіталізму. Обсяги виробництва падали, а доходи від торгівлі, операціями з нерухомістю зростали.

Процеси 2013-2014, і в 2019 чітко продемонстрували відхід від патерналізму, відкритість до змін. ProZorro, безвіз, ОСББ, децентралізація, ринок землі, відкритий бюджет, антикорупційні інституції привели до поширення нових практик управління.

На різних етапах розвитку управлінської науки суттєвий вклад в неї внесли такі відомі українські вчені, як М. Драгоманов., М. Туган-Барановський., В. Вернадський., В. Гесць та ін. О. Гастев (1882-1939 рр.) – директор Центрального інституту праці стояв у першоджерел кібернетики, інженерної психології та економіки. Ф. Р. Дунаєвський (1887-1960 рр.) висунув теорію адміністративної ємності, тобто уміння менеджерів управляти певною кількістю підлеглих незалежно від їхніх особистих якостей (по-сучасному – «діапазон контролю»). Погляди О. Богданова містять ідеї для розвитку кібернетики і сітьових методів планування, про структурну стійкість систем, їхні рівні та організаційні механізми формування, положення щодо «біорегуляторів» (по-сучасному – «зворотні зв'язки»). О. Єрманський (1866-1941 рр.) сформулював закон організаційної суми: «сума організованих сил буде більшою, ніж «їхній арифметичний складник» (по-сучасному – «синергія») [1].

*Список використаних джерел:*

1. Ковтун Н., Літовченко Б. Історія вчень менеджменту. Практикум. Дніпро: Університет митної справи та фінансів, 2019.

2. Щєбликіна І.О., Грибова Д.В. Основи менеджменту. Мелітополь : ВБ «ММД», 2015. – 479 с. URL: [https://pidru4niki.com/75103/menedzhment/rozvitok\\_upravlinskoyi\\_nauki\\_ukrayini](https://pidru4niki.com/75103/menedzhment/rozvitok_upravlinskoyi_nauki_ukrayini)

**Valentyn Brezden**

*Ivan Franko National University of Lviv*

DEVELOPMENT OF MANAGEMENT SCIENCE IN UKRAINE

The periods of development of scientific management in 19-21 centuries in Ukraine are considered. The characteristics of the phases of development are given, the contribution of some outstanding institutions and scientists is outlined.

*Keywords:* management, phases of development, model.



**Богдан Броговський**

*Львівський національний університет імені Івана Франка  
bogdanvol20@gmail.com*

## **АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ У СФЕРІ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА**

### **Up-to-date challenges in public-private partnership in Ukraine**

В сучасній економіці України спостерігається надмірна подібність теперішнього ставлення владних структур до того, яке проявляли члени суспільства адміністративно-командних економік. Мається на увазі, що інституції намагаються перекласти відповідальність на приватного партнера. Представники держави ділять витрати, але не приймають жодної участі у виконанні проєкту приватною стороною, що є юридично правильним підходом, проте відсутність контролю з боку представників громади або ж вибір ними відповідних посередників призводить до невиконання умов і провалу проєктів публічно-приватного партнерства.

На даний момент можна стверджувати, що теперішня законодавча база публічно-приватного партнерства негативно впливає на його розвиток. Наприклад, норма про те, що приватний партнер зобов'язаний зробити все ефективніше, ніж державний партнер зробив би це без його залучення. Це частково спричиняє невиконання підписаних угод, але лише частково. [4]

Взаємне непорозуміння між державним та приватним партнерами. Відповідно виникає проблема у зв'язку з тим, що хоча згідно з нашим законодавством є нерівноправ'я між учасниками угодами, представники влади могли б пропонувати ефективні заходи мотивувати прибуткових своїх зацікавлених у прибутку колег, але наразі це реалізовано у недосконалому вигляді. Таким чином організація ефективної співпраці між приватним та державним партнерами виглядає неможливою.

Ще одним стримуючим чинником розвитку ДПП є «молодість» України. Ми стали окремою країною зі своїми законами та владою лише 30 років тому. В той же час як договори концесії тривають до 50 років, що означає, що навіть за належного виконання умов угоди, об'єкти державної або комунальної власності, що є об'єктами концесійної угоди досі б знаходились у приватному користуванні, навіть якщо їх уклали у 1991 році.

Наявність невизначеності в укладених угодах. За даними Міністерства економіки України станом на 01.01.2021 року на умовах ДПП було укладено 192 договори, з яких на той момент реалізувався 39 договорів, а 153 договори не реалізувалися, тобто або фізично не виконувалися (119), або були розірваними, або закінчився термін їхньої дії (43). На момент 01.01.2022 року було укладено 193 договори, 31 реалізується, 119 не виконується, а 43- розірвані/ закінчився термін дії. Це свідчить про те, що після підписання 60% угод публічно-приватного партнерства не виконуються. Це свідчить, що переважна більшість приватних партнерів не вивчені у вигодах, які надає їм договір ДПП, відповідно відкладають початок робіт над проєктами настільки довго, наскільки це можливо. Угоду розривають, обирають нового партнера і ситуація повторюється. [2, 3]

Останнім фактором, який ми виокремили є незбалансована структура населення за рівнем доходів та той факт, що у нас найбільше малого і середнього бізнесу, що обмежує можливість організації масштабних проєктів публічно-приватного партнерства за рахунок вибору виключно внутрішнього партнера.

Відсутність повноцінної звітності. Міністерство економіки України щорічно оновлює дані про стан здійснення державно-приватного партнерства, але цього недостатньо. Немає чіткого відстеження даних після закриття реєстру концесійних договорів. Відповідно деякі проєкти просто зникають з поля зору, що унеможливило доступ до актуальних даних. Якщо проєкт зникає з поля зору, він з'являється знову у вигляді чергових новин про повний провал. [1]

Незахищеність інвесторів, відповідно несприятливий інвестиційний клімат. Державно-приватне партнерство охоплює довгострокові перспективи. Відповідно виникає суперечність: приватний партнер повинен активно вкладати кошти у об'єкт, що перебуває у державній або комунальній власності та тимчасово надається йому в користування, забезпечити вищу ефективність, ніж це зробив би державний партнер і при цьому всьому заробляти він почне після того як окупить свої витрати. Тобто сумнівним є питання того чи взагалі він заробить, враховуючи низький дисконтний множник інвестування у проєкт державно-приватного партнерства. До того ж збитки від того, що кваліфікований персонал займається проєктом, що приносить прибуток в довгостроковій перспективі, а не тих, які можна виконати набагато швидше і вже отримати вигоду. А гарантії з боку державного партнера зовсім не покращують ситуації, бо вони не гарантують те, що теоретичний прибуток перетвориться в реальний.

### *Список використаних джерел:*

1. Реєстр концесійних договорів станом на 11.12.2019 [Електронний ресурс] – Електронні дані [Київ: Фонд державного майна України, 2000-2019] – URL: <https://www.spfu.gov.ua/ua/content/spf-rent-concessions.html> (дата звернення 30.04.2022 року);
2. Стан здійснення ДПП в Україні станом на 01.01.2021 [Електронний ресурс] – Електронні дані [Київ: Міністерство економіки України, 2021- 2022] – URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=9fc90c5e-2f7b-44b2-8bf1-1ffb7ee1be26&title=StanZdiisnenniaDppVUkraini> (дата звернення 21.11.2021 року);
3. Стан здійснення ДПП в Україні станом на 01.01.2022 [Електронний ресурс] – Електронні дані [Київ: Міністерство економіки України, 2021- 2022] – URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=9fc90c5e-2f7b-44b2-8bf1-1ffb7ee1be26&title=StanZdiisnenniaDppVUkraini> (дата звернення 03.05.2022 року);
4. Про державно-приватне партнерство: Закон України від 01.07.2010 (у редакції закону від 01.01.2022 року) [Електронний ресурс] – Електронні дані [Київ: Верховна Рада України, 1994- 2022] – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2404-17#Text> (дата звернення 01.05.2022 року) .

**Дарина Бульба**

Львівський національний університет імені Івана Франка

Daryna.Bulba@lmu.edu.ua

## ЕЛЕКТРОННІ ПУБЛІЧНІ РЕЄСТРИ У ПРИЙНЯТТІ БІЗНЕС-РІШЕНЬ ТА ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ В УМОВАХ ВІЙНИ

Безпека і ефективність бізнесу значною мірою залежать від надійності ділових партнерів, їхньої відповідальності у відносинах з персоналом, інститутами влади, клієнтами, партнерами та іншими стейкхолдерами. Політика відкритих даних, зокрема у сфері електронних публічних реєстрів, значною мірою сприяє прозорості таких відносин і полегшує доступ різних категорій користувачів до їх аналізу та прийняття рішень на основі фактів.

Мета дослідження – систематизувати аналітичні можливості бази даних реєстрів у прийнятті рішень щодо співпраці з бізнес-партнером за критерієм його ділової репутації.

Правову основу для функціонування та використання бази даних реєстрів становлять Закони України «Про публічні електронні реєстри», «Про інформацію», «Про доступ до публічної інформації», «Про державну статистику», «Про захист інформації в інформаційно-комунікаційних системах», «Про основні засади забезпечення кібербезпеки України».

2021 р. набув чинності Закон України «Про публічні електронні реєстри» [2], який виокремлює три типи реєстрів: 1) базові, до яких належать: Єдиний державний демографічний реєстр; Єдиний державний реєстр юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань; Державний земельний кадастр; Єдиний державний реєстр транспортних засобів; Реєстр будівель та споруд; Єдиний державний реєстр адрес; Державний реєстр речових прав на нерухоме майно; 2) інші реєстри, до яких відносять реєстри, держателями яких є органи державної влади, органи місцевого самоврядування та які містять інформацію про окремі спеціальні статуси особи, про сертифікати, ліцензії, декларації, повідомлення, інші документи дозвільного характеру; про природні ресурси; про правові режими використання та забудови території та окремих об'єктів; 3) визначені законом реєстри саморегулювальних організацій.

У теперішній час в Україні діє більше 50 реєстрів, які можна використати у перевірці бізнес-партнерів, їхньої ділової репутації. Використання бази даних реєстрів допомагає відповісти на типові запитання, які пов'язані з економічною безпекою, наприклад, «Чи має фірма податкові борги? Які об'єкти є у власності? Чи є кримінальні справи, пов'язані з компанією? Чи є судові документи, де її звинувачують у фіктивності або шахрайстві? Чи є судові документи, що свідчать про те, що фірма не розраховується з клієнтами? Чи є у компанії виконавчі провадження (це означає, що вона не виконує рішення суду)?». Саме на такі запитання допомагають відповісти сучасні інформаційно-аналітичні платформи, наприклад You-Control [3], у менеджменті безпеки бізнесу. Робота зазначених платформ передбачає використання відкритих даних, у тому числі реєстрів.

У табл. 1 систематизовано інформаційні та аналітичні можливості реєстрів у вивченні ділової репутації фірми та прийнятті рішення про рівень ризику у співпраці з нею

Табл. 1

**Інформаційно-аналітичні можливості реєстрів у прийнятті рішень**

Назва реєстру	Адміністратор	Напрямок використання
Єдиний державний реєстр юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань	Міністерство юстиції України	Перевірка довідкових (юридична адреса), класифікаційних відомостей про фірму, даних про основний вид діяльності, засновника, бенефіціаріїв, статус (чи не перебуває фірма у процесі припинення)
Єдиний реєстр боржників	Міністерство юстиції України	Перевірка наявності у фірми боргів з виплати заробітної плати
Реєстр підприємств, установ, організацій України, що мають заборгованість із заробітної плати	Державна служба України з питань праці	Перевірка наявності у фірми боргів з виплати заробітної плати, їхніх розмірів та причини заборгованості
Реєстр «Дізнайся більше про свого бізнес-партнера»	Державна податкова служба України	Перевірка наявності у фірми боргів зі сплати податків
Реєстр платників податку на додану вартість	Державна податкова служба України	Перевірка відомостей про фірму як платника ПДВ
Єдиний державний реєстр судових рішень	Міністерство юстиції України	Перевірка наявності та аналіз змісту документів щодо цивільних, кримінальних, адміністративних справ, а також справ про адміністративні правопорушення
Єдиний державний виконавчих проваджень	Міністерство юстиції України	Перевірка наявності у фірми правопорушень щодо невиконання рішень суду
Єдиний реєстр підприємств, щодо яких порушено провадження у справі про банкрутство	Міністерство юстиції України	Перевірка наявності фірми у переліку потенційних банкрутів
Європейський бізнес-реєстр	European Business Registry Association	Перевірка ділової репутації фірм країнах Євросоюзу
Кредитний реєстр	Національний банк України	Перевірка інформації про кредитні операції позичальників, заборгованість за якими становить понад 100 мінімальних заробітних плат перед одним банком

На початку повномасштабної війни, яку росія розпочала проти України у лютому 2022 року, Україна з міркувань безпеки та захисту даних зупинила роботу реєстрів. На даний момент робота реєстрів відновлена, втім це стосується лише тих регіонів, де не ведуться бойові дії. Доступ до реєстрів є лише у державних реєстраторів, посадових осіб Мін'юсту та нотаріусів (державних та приватних), включених до переліку. В умовах воєнного стану витяги з Державного реєстру обтяжень рухомого майна в електронній формі через офіційний портал Мін'юсту не надаються.

*Список використаних джерел:*

1. Гринькевич О. Джерела даних в аналітиці бізнес-середовища та їх трансформація у цифровій економіці. *Вісник Львівського університету. Серія економічна*. 2021. Випуск 60. С. 77–85.
2. Про публічні електронні реєстри: Закон України від 18.11.2021 № 1907-IX. / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1907-20#Textt> (дата звернення 12.05.2022)
3. YouControl. Офіційний сайт URL: <https://youcontrol.com.ua>.

**Daryna Bulba**

*Ivan Franko National University of Lviv*

**ELECTRONIC PUBLIC REGISTERS IN BUSINESS DECISION MAKING AND THEIR APPLICATION IN WARTIME**

The study is dedicated to electronic registers, which provide a database for analysing the business reputation of Ukraine companies and decision making on collaboration

*Keywords:* register, business, information, decision making, war

Денис Бурля  
Міжнародний гуманітарний університет  
rubinodessa@gmail.com

## СУЧАСНІ ВИКЛИКИ АНТИКРИЗОВОГО ФІНАНСОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Сучасний стан розвитку економіки України засвідчує, що проблема збитковості та банкрутства є надзвичайно актуальною, оскільки значна кількість вітчизняних підприємств в умовах кризового стану економіки.

Коронавірусні потрясіння, війна, структурні деформації в економіці, нестабільність зовнішнього середовища, розрив налагоджених виробничих зв'язків, зміна форм власності і реструктуризація підприємств вимагають перегляду вироблених стереотипів управлінського мислення і переходу до нових форм та методів системи управління, що і визначає актуальність теми дослідження. У зв'язку з цим розуміння сутності антикризового фінансового управління, його особливостей, теоретичного підґрунтя є необхідним у сучасних умовах функціонування економіки України.

Значну увагу проблемі антикризового управління приділяли такі науковці як: О.О. Шпурова, В.О. Василенко, А.Г. Грязнова, Е.С. Мінаєв, О. Терещенко, А.Д. Чернявський та ін.

Теоретичним, методологічним і практичним аспектам антикризового управління та управління підприємством у нестабільних економічних системах присвячені праці таких учених, як І.Т. Балабанов, С.Г. Беляєв, А.П. Градов, А.Г. Грязнова, П. Друкер, В.А. Забродський, М.П. Іванов, Т.С. Клебанова, В.Г. Кошкін, Б.І. Кузін, Л.О. Лігоненко, Є.С. Мінаєв, Д. Морріс, В.С. Пономаренко, О.І. Пушкар, Б.А. Райзенберг, М.В. Слабиков, О.С. Соколіцин, Є.А. Уткін, М. Хаммер, Д. Чампі та ін.

Варто зазначити, що в науковій літературі до трактування поняття антикризового управління є декілька підходів, зокрема: в одних випадках під поняттям антикризового управління розуміють управління підприємством в умовах загальної кризи економіки, в інших – управління підприємством, що потрапило в кризову ситуацію в результаті незадовільного менеджменту, у третьому випадку – управління підприємством на порозі банкрутства, у четвертому – у період банкрутства. Таким чином, проблема формування системи антикризового фінансового управління як окремого специфічного виду управління потребує конкретного пояснення. Чітке визначення кризового стану завжди викликало полеміку серед практиків і науковців, оскільки не кожна негативна ситуація в діяльності підприємств призводить до кризи. Сьогодні, потрібно звернути увагу на ще один вид антикризового управління – це управління в умовах війни.

Криза в реальній економіці вибухає найперше у фінансовій сфері та завдає удару по реальному сектору економіки. Потік кредитних зобов'язань заходить у глухий кут. Без кредитів немає інвестицій. Без інвестицій і життєвий цикл не працює. Як наслідок – спад, зростання безробіття, зниження доходів держави і скорочення соціальних виплат.

В сучасних умовах з кризою ідентифікують загрозу неплатоспроможності та банкрутства підприємства, що призводить до його фінансової кризи. Фінансова криза на підприємстві є похідною від виробничої, адже проблема у діяльності фірми призводить до втрати потенціалу, успіху, загрожує його платоспроможності та подальшому існуванню як суб'єкта бізнесової діяльності.

Кризи відображають не тільки суперечності функціонування та розвитку, але можуть виникати і в самих процесах функціонування. Наприклад, суперечності між рівнем техніки та кваліфікацією персоналу, між технологіями та умовами їх використання (приміщення, кліматичне середовище, технологічна культура і ін.) [1]. Це свідчить про наявність у кризи інноваційної функції.

Для розуміння кризи вагомим значення мають не тільки її причини, але й різноманітні наслідки: можливе оновлення організації або її руйнування, оздоровлення або виникнення нової кризи. Вихід з кризи не завжди пов'язаний з позитивними наслідками. Не можна виключати перехід в стан нової кризи, яка, в свою чергу, може бути ще глибшою та тривалішою. Післякризові зміни в розвитку організації бувають довгостроковими та короткостроковими, якісними та кількісними, оборотними і необоротними.

Сьогодні спостерігаємо, значний вплив військових дій на функціонування підприємств, особливо в «гарячих точках», що зумовлює їх передислокацію у місця безпечні для ведення бізнесу та переорієнтацію виробничих сфер. Окремо варто наголосити на системних проблемах антикризового управління які виникають через втрату кваліфікованого персоналу та скорочення його загальної кількості, втрату основних фондів та виробничих потужностей підприємств, розрив виробничих циклів та каналів розподілу і комунікації.

Характеризуючи процес антикризового фінансового управління, слід виділити межі, що відрізняють його від управління в звичайних, стабільних умовах діяльності господарюючого суб'єкта. В умовах кризи доводиться оперативно змінювати організаційну структуру управління відповідно до змін у зовнішньому середовищі, на відміну від традиційного управління, яке використовується в звичайних умовах середовища [4].

За даними аналітики за місяць війни український бізнес втратив більше, ніж за два роки пандемії. Обсяг завданої шкоди та довгострокові наслідки оцінити важко, адже бойові дії на території країни тривають. За оцінками Національного банку, під час війни економіка України втрачає 50% «невиробленого» ВВП. Тобто кожен тиждень коштує національній економіці понад 50 млрд грн. І це без втрат від руйнувань. МВФ оцінює втрати України через військове вторгнення російських окупантів 35 відсотками ВВП. За даними міжнародної аналітики, лише 17% компаній працюють у повному обсязі, а кожна третя не працює. Третина підприємців планує відновити діяльність [2].

Наслідки кризи визначає не тільки її характер, але й антикризове управління, яке може пом'якшувати або загострювати кризу. Можливості управління в цьому відношенні залежать від мети, професіоналізму управління, характеру мотивації, розуміння причин та наслідків, відповідальності керівництва підприємства [1].

Отже, головним завданням антикризового управління є мінімізація ризиків управлінських рішень, що дозволило б досягти поставленої мети і результату за мінімумом додаткових засобів і за мінімальних негативних наслідків, а також знизити ймовірність виникнення кризових ситуацій, підвищити стратегічний потенціал і активізувати потенціал протидії кризовим явищам, підсилити адаптаційні можливості підприємств і зміцнити їх конкурентні позиції.

*Список використаних джерел:*

1. Бізнес середовище в Україні. Проект "Дослідження підприємницької діяльності в Україні". – К.: Міжнародна фінансова корпорація, 2003. – 112с.
2. Бізнес в умовах війни: хто зазнав найбільших втрат та як відновлюються підприємства. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/03/23/684549/>
3. Терещенко О.О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання: Навч. посібник. – Київ: КНЕУ. – 2003.
4. Терещенко О.О. Фінансова санація та банкрутство підприємств. Навч. посібник. – К.: КНЕУ. – 2000.

**Denys Burlia**

*International Humanitarian University*

*rubinodessa@gmail.com*

MODERN CHALLENGES OF ANTI-CRISIS FINANCIAL MANAGEMENT OF THE ENTERPRISE

The article considers modern challenges of anti-crisis financial management of the enterprise. Possibilities and tasks of anti-crisis management are determined. Crisis management tools are offered.

*Keywords:* anti-crisis management, anti-crisis financial management, crisis, bankruptcy, enterprise management

**Анна-Марія Вальдрат**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*

*annvaldrat@gmail.com*

## **ЗАРОБІТНА ПЛАТА ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ**

Повномасштабна війна, яка розпочалась 24 лютого 2022 року, вплинула на усі види економічної діяльності. Найбільше постраждала металургія, яка втратила щонайменше 30% своїх активів. «Азовсталь» та «ММК Ілліча», відповідно другий і третій за розмірами металургійні заводи України, і Авдіївський коксохімічний завод, що їх доповнює у виробничому ланцюжку, як мінімум сильно пошкоджені. Інші, такі як найбільший український металургійний завод "АрселорМіттал Кривий Ріг" і четверта за величиною "Запоріжсталь", були зупинені, щоб мінімізувати втрати у разі обстрілу. Обидва заводи вже поступово відновлюють виробництво. Підприємства з видобутку залізної руди працюють на 30-40% потужності, як для місцевої переробки ("Каметсталь", колишній ДМК), так і на експорт (за повідомленнями, у березні залізницею було експортовано 2-3 мільйони тонн).

При цьому найменше постраждала від кризи на ринку праці ІТ-галузь.

За даними Державної служби статистики в Україні, реальна заробітна плата зменшалась з початку повномасштабного вторгнення на територію України (табл. 1).

*Таблиця 1*

**Динаміка заробітної плати відповідно до індексу інфляції в лютому та березні 2022 року**

	Індекс інфляції	Номінальна заробітня плата	Реальна заробітня плата
Лютий	101,6	14577	14434
Березень	104,5	14577	11377

*Джерело: побудовано автором за [1].*

Номінальна заробітна плата – це сума грошей, яку одержує працівник за годину, день, місяць. Номінальна зарплата характеризує рівень заробітної плати незалежно від зміни цін на товари і послуги, тому є одним з чинників підвищення добробуту і рівня життя трудящих.

Реальна заробітна плата виражається в кількості товарів і послуг, які працівник може придбати за свою грошову (номінальну) заробітну плату. Динаміка реальної заробітної плати залежить від зміни номінальної заробітної плати та зміни цін на товари та послуги. Індекс руху реальної заробітної плати визначається як відношення індексу грошової (номінальної) заробітної плати до індексу цін.

Індекс інфляції - це показник, що характеризує зміну в часі цін та тарифів на товари та послуги, які населення купує для невиробничого споживання.

Через війну в Україні, індекс інфляції невинно зростає. Таким чином за лютий 2022 року індекс інфляції становив 101,6, відповідно реальна заробітна плата 14434 гривні, а в березні 11377 гривень, при цьому індекс інфляції становив вже 104,5. Отже різниця в реальній заробітній платі між лютим і березнем 3057 гривень.

*Список використаних джерел:*

1. Державна служба зайнятості України. Офіційний сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

**Valdrat Anna-Mariia**

*Ivan Franko National University of Lviv*

**SALARY DURING THE MARTIAL LAW IN UKRAINE**

The thesis summarizes data sources in statistics and analytics of wages during the martial law in Ukraine.

*Keywords:* Salary, War, Ukraine.

**Богдан Васильків**

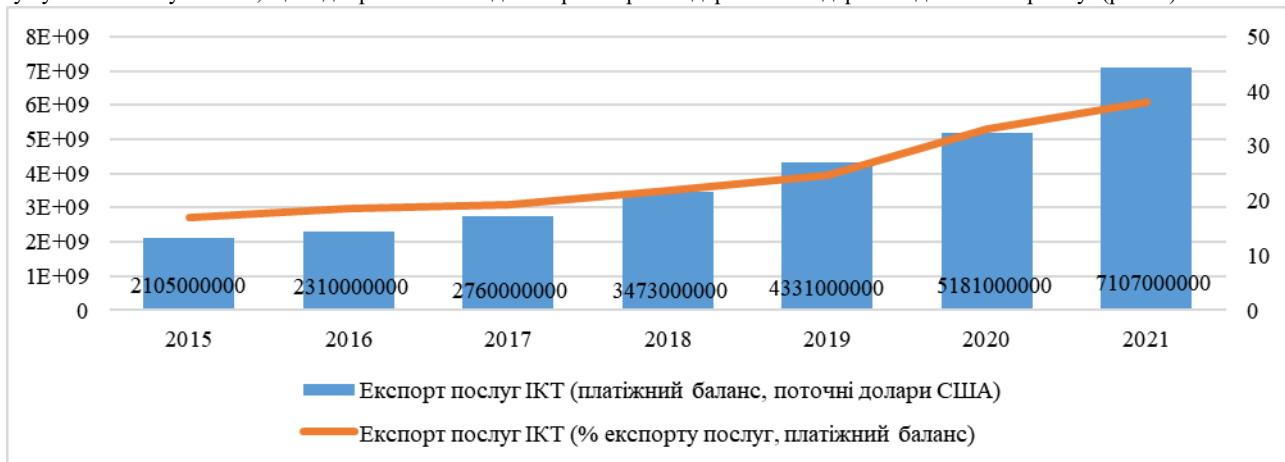
*Львівський національний університет імені Івана Франка*  
*Vasylykivb.l.777@gmail.com*

## СТАН СЕКТОРУ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Зміна інформаційного середовища спричинила трансформацію багатьох суспільних процесів: динамічне оновлення техніки і технологій, формування віртуального та цифрового просторів, автоматизація виробничих та комерційних процесів. Країни почали активно використовувати інформаційно-комунікаційні технології для сталого розвитку та виокремлення творчих та інноваційних знань.

Переваги застосування ІКТ у забезпеченні конкурентоспроможності національної економіки, у тому числі вітчизняних підприємств сьогодні, є очевидними, а його вплив на виробництво продукції – радикальним і комплексним. Світовий досвід показує, що вихід з економічної кризи, яка породжує високу залежність внутрішнього ринку від імпорту, неможливий без використання ІКТ. Тому в державній політиці варто передбачити комплекс стратегічних завдань інформаційно-комунікаційного характеру, зокрема такі, які б стосувалися створення умов для комерціалізації інновацій, розвитку ІТ-сфери та наукомісткого виробництва, поширення науково-виробничої кооперації, участі малого бізнесу в розвитку технологічних парків та бізнес-інкубаторів [1, с.86-87].

Згідно статистичних даних The World Bank [2] експорт послуг інформаційно-комунікаційних технологій (комп'ютерні та комунікаційні послуги (телекомунікації та поштові та кур'єрські послуги) та інформаційні послуги (операції з комп'ютерними даними та послугами, пов'язаними з новинами)) в Україні з кожним роком збільшується та станом на 2021 рік займає 38,1% експорту послуг у платіжному баланс, що відображає необхідність розширення державної підтримки даного напрямку (рис.1.).



**Рис.1. Динаміка експорту та імпорту товарів ІКТ (у % до загального експорту та імпорту) [2]**

В контексті розвитку інформаційно-комунікаційних технологій та їхнього впливу на національну економіку виокремлено наступні аспекти [3, 4]: впровадження новітніх інфокомунікаційних технологій дасть змогу пришвидшити реалізацію поставлених цілей через скорочення часу на передавання та отримання інформації, а також зменшити обсяг паперової роботи завдяки електронним носіям інформації. Впровадження ІКТ у публічну адміністрацію дозволить швидко оптимізувати публічне адміністрування: знизити витрати на утримання держави, пришвидшити взаємодію органів влади між собою, з юридичними та фізичними особами; інформаційно-комунікаційні технології відіграють ключову роль у створенні передумов «передового демократичного суспільства», в якому політичні рішення спираються на думки й судження народу.

Важливим аспектом при розробленні державних напрямків підтримки ІТ-сектору виявляється у розробленні спільних програм з компаніями, ІТ-асоціаціями, що дозволить на різних рівнях формувати структурні зміни та формувати ефективну систему взаємодії всіх учасників.

### *Список використаних джерел:*

1. Лупак Р. Напрями реалізації потенціалу сектора інформаційно-комунікаційних технологій у контексті забезпечення якісних характеристик функціонування внутрішнього ринку та розвитку інформаційного суспільства в Україні. *Галицький економічний вісник*. 2019. № 5. С. 79–94.
2. The World Bank. URL: <https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators#>
3. Бондаренко О. С. Організаційно-інституційне регулювання фінансового ринку в Україні. *Економіка та держава*. 2018. № 7. С. 13–16.
4. Шпак Н., Венгер О. Переваги використання інформаційно-комунікаційних технологій в Україні. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2012. № 72. С. 461–467.

**Bohdan Vasylykiv**

*Ivan Franko National University of Lviv*

## THE STATE OF THE INFORMATION AND COMMUNICATION SERVICES SECTOR IN UKRAINE

The impact of information and communication services on the national economy are investigated. The analysis of exports of ICT services in Ukraine.

*Keywords:* information and communication services, national economy, development.

Тамара Величко

Львівський національний університет імені Івана Франка  
tamara.velycho@lnu.edu.ua

## ІНФЛЯЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

Економіка України перебуває у процесі активного розвитку. Вплив різноманітних чинників на економіку України постійно спричиняє появу певних проблем, особливо згубними для економіки держави стають проблеми, пов'язані з інфляційними процесами. Такі труднощі потребують негайного та ефективного рішення, інакше вони стануть причиною глибокого та затяжного економічного спаду, адже інфляція впливає на реальні доходи населення та на соціальний добробут, а відповідно, надмірна інфляція стає причиною багатьох проблем, зокрема бідності. Інфляційні процеси економіки України складні та комплексні, пов'язані із різними процесами, тож вирішення проблем з регулювання інфляційних процесів вимагає ґрунтованого дослідження, постійного моніторингу, аналізу та рішучих комплексних дій від уряду.

Досліджуючи сутність інфляції, доцільно акцентувати увагу на тому, що це економічне явище виступає процесом знецінення грошової національної одиниці протягом певного часового періоду і веде до підвищення цін на товари та послуги, не зумовлене покращенням їхньої якості, а також до падіння валютного курсу, що негативно впливає на економіку держави. Інфляція є складним процесом та комплексно охоплює різні аспекти економіки України. Інфляцію неможливо розглядати окремо від інших економічних явищ, адже вона тісно пов'язана із економічним розвитком держави.

У сучасній економічній науці інфляцію класифікують за різними критеріями: за формами прояву (цінова інфляція, інфляція заощаджень та девальвація); за чинниками (інфляція попиту та інфляція пропозиції); за темпом знецінення грошей (помірна, галопуюча та гіперінфляція); за співвідношенням зростання цін (збалансована та незбалансована інфляція); з погляду макроекономічного аналізу (передбачена (очікувана) та непередбачена (неочікувана) інфляція); а також виділяють відкриту та приховану інфляцію, в залежності від того, чи можна виміряти та проаналізувати інфляційні процеси.

Індекс споживчих цін (ІСП) є головним показником, що характеризує рівень інфляції. Показник демонструє зміни загального рівня цін на товари та послуги протягом певного періоду. Індекс споживчих цін показує зміну вартості певного фіксованого споживчого набору товарів та послуг (набору найважливіших для споживання в домогосподарствах товарів та послуг, які є найбільш уживаними. Встановлюється такий набір централізовано, будучи однаковим для всіх регіонів України) у поточному періоді відносно до попереднього.

В Україні з 2016 року НБУ застосовує режим таргетування інфляції – комплекс заходів для контролю інфляції через встановлення середньострокових інфляційних цілей та їх досягнення за допомогою монетарних інструментів. Досвід впровадження такого режиму був також успішним для багатьох розвинених країн (Великобританії, Німеччини, Польщі тощо), тож і для України це є перспективним методом контролю рівня інфляції. Режим інфляційного таргетування, як і монетарна політика НБУ, діють якомога більш ефективно, проте все ще потребують комплексного та багатостороннього вдосконалення, адже не всі інфляційні цілі за 2016-2021 рр. були досягнуті. Із 2016 до 2017 року інфляція в Україні характеризувалась зростаючим темпом, проте вже від 2017 і до 2019 рівень інфляції почав падати, а до 2021 року спостерігається його різке зростання. Мінімальний рівень інфляції становив 4,1% у 2019 році, тоді як максимальний рівень спостерігався у 2017 році, становивши 13,7%. На початку 2022 року спостерігається різке підвищення рівня інфляції, вона перевищує ціль 5% майже у 3 рази (13,7% станом на березень 2022 р.). Така динаміка інфляційних процесів спричинена наступними факторами: пандемія COVID-19, ескалація воєнного конфлікту на території України, зростання ступеня відкритості економіки. Крім того, інфляція є явищем самопідтримуючого характеру: так як інфляція збільшилась, то очікування населення стають негативними, що загострює проблеми інфляції ще дужче.

Для вирішення виокремлених проблем монетарній владі необхідно зосередити увагу на таких принципах та діях: стабілізація інфляційних очікувань населення; контроль над грошовою масою; зменшення податкового тиску; регулювання валютного курсу; збільшення ступеня товарності економіки; удосконалення монетарної політики та режиму таргетування інфляції; скорочення бюджетного дефіциту; належна організація приватизації державної власності; раціоналізація зовнішньоекономічної політики; та збільшення норми заощаджень.

В умовах сьогодення вирішення інфляційних проблем та належне регулювання інфляційних процесів є вкрай важливим для економіки України. Інфляція в Україні є недостатньо регульованим процесом, на який впливає безліч чинників, тож контроль за рівнем інфляції має бути комплексним та вимагає від держави системи рішучих дій на основі грамотного аналізу поточної ситуації та прогнозу. Кабінет Міністрів України та Національний банк України мають налагодити свою діяльність задля досягнення цінової стабільності, що сприятиме стійкому економічному зростанню нашої держави.

### Список використаних джерел:

1. Батракова Т. І. Проблеми регулювання інфляційних процесів в Україні / Т. І. Батракова, О. С. Рогаченко. // Економіка і суспільство. – 2016.
2. Ганусик Ю. Б. Антиінфляційне регулювання у сучасних умовах / Ю. Б. Ганусик. // Науковий вісник Херсонського державного університету – 2015.
3. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата перегляду: 01.04.2022)
4. Інфляційний звіт [Електронний ресурс] // НБУ – Режим доступу до ресурсу: <https://bank.gov.ua/ua/monetary/report> (дата перегляду: 01.04.2022)
5. Монетарна політика [Електронний ресурс] // НБУ – Режим доступу до ресурсу: <https://bank.gov.ua/ua/monetary> (дата перегляду: 01.04.2022)
6. Осипчук Д. Г. Інфляційне таргетування в Україні: підходи до запровадження / Осипчук Д. Г. – Наукові праці НДФІ 3 (48), 2009. – Режим доступу до ресурсу: [http://npndfi.org.ua/docs/NP\\_09\\_03\\_135\\_uk.pdf](http://npndfi.org.ua/docs/NP_09_03_135_uk.pdf)
7. Основні засади грошово-кредитної політики на період воєнного стану [Електронний ресурс] // Рада національного банку України – Режим доступу до ресурсу: [https://bank.gov.ua/admin\\_uploads/article/MPG-ml\\_2022.pdf](https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/MPG-ml_2022.pdf) (дата перегляду: 01.04.2022)
8. Пинзеник В. М. Що таке інфляція і чому вона знищує економіку? / Віктор Михайлович Пинзеник // Коні не винні, або Реформи чи їх імітація. – 1999. – Режим доступу до ресурсу: [http://pynzenyk.com.ua/Achievements/detail.php?ID=414&SECTION\\_ID=83](http://pynzenyk.com.ua/Achievements/detail.php?ID=414&SECTION_ID=83)
9. Режим інфляційного таргетування [Електронний ресурс] // НБУ – Режим доступу до ресурсу: <https://bank.gov.ua/ua/monetary/about/inflationtargeting> (дата перегляду: 01.04.2022)
10. Сенишин О. С. Державне регулювання економіки : навч. Посібник / О. С. Сенишин, М. О. Горинь, О. О. Кундицький. – Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2014. – 334 с.



11. Стратегія монетарної політики на 2016-2020 роки [Електронний ресурс] // НБУ – Режим доступу до ресурсу: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/strategiya-monetarnoyi-politiki-na-2016-2020-roki> (дата перегляду: 01.04.2022)

12. The Columbia encyclopedia – Columbia University: New York : Columbia University Press ; [Detroit] : Sold and distributed by Gale Group, 2000.

**Tamara Velychko**

*Ivan Franko National University of Lviv*

#### INFLATIONARY PROCESSES IN THE ECONOMY OF UKRAINE

The impact of various factors on the economy of Ukraine constantly causes some issues, and the difficulties associated with inflation are especially harmful to the national economy. They cause a deep economic downturn, as inflation affects real incomes and social welfare, causing many issues, including poverty. The inflationary processes of the economy of Ukraine are complex and related to various phenomena. Solving the issues of regulating inflationary processes requires thorough research, constant monitoring, analysis, and decisive action from the government. Based on the conducted research, the increase of the inflation rate due to the action of non-monetary factors was revealed; therefore, the following inflation issues were indicated: regulation of rising inflation during martial law; the significant impact of world prices on inflation in Ukraine; poor efficiency of monetary regulation of the NBU inflation rate. These difficulties need to be addressed as a matter of priority to stabilize the price level and develop the economy of Ukraine. Currently, solving inflation problems and properly regulating inflation processes are extremely important for the economy of Ukraine. The study showed that inflation is an insufficiently regulated process, influenced by many factors. Control over inflation should be comprehensive. The Cabinet of Ministers of Ukraine and the National Bank of Ukraine must establish their activities to achieve price stability to contribute to the sustainable economic growth of our country based on an accurate analysis of the current situation and forecast.

*Keywords:* inflation, consumer price index, economy, monetary policy, inflation targeting, inflation target, anti-inflationary regulation, inflation rate.

**Стефанія Вишнеvsька, Андрій Трач**

*Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів, Україна  
stephaniia.vyshnevskia@lnu.edu.ua, andrew.trach@gmail.com*

## **ВПЛИВ ФІКТИВНОГО ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК РЕГІОНІВ УКРАЇНИ**

У сучасному суспільстві розвиток людини виступає основним елементом продуктивних сил. Саме тому в наукових колах загально визнаною стала концепція розвитку людського капіталу. Незважаючи на широке висвітлення у науковій літературі проблем, пов'язаних із формуванням, нагромадженням та використанням людського капіталу на всіх рівнях, не всі його аспекти з'ясовано і обгрунтовано.

Сьогодні в світі поглиблюються процеси інтеграції та глобалізації, посилюється вплив непродуктивних форм людського капіталу на всі сфери життєдіяльності. Власне в сучасних умовах процеси фіктивізації цього капіталу перетворюються на провідний чинник, що негативно впливає на економічне зростання та конкурентоспроможність країни. Тому надзвичайно важливим є дослідження формування нових підходів до визначення поняття «фіктивний людський капітал».

Дослідження сутності, особливостей та сфер формування фіктивного людського капіталу, чинників фіктивізації людського капіталу висвітлено у працях українських вчених Л. Гальків [1] та Л. Шевчук [3].

Світовими лідерами у XXI столітті стають країни, які приділяють значну увагу категорії «людський капітал» та вмiють вміло використовувати усе те, що охоплюється цією категорією, а саме: знання, вміння, компетенції людей, їх здатності до подальшого навчання. Як показує практика, стратегія та механізм розвитку людського капіталу в Україні потребує переоцінки та ретельного планування. Задля вирішення практичних питань потрібно розробити науково обгрунтовану концепцію розвитку людського капіталу регіонів України. Саме тому, виникає необхідність дослідження негативних факторів, що сприяють зменшенню рівня цього капіталу в майбутньому розвитку держави. Також варто зосередитись на визначенні показників, що впливають на розвиток регіонів та здійснюють вплив на фактори розвитку людського капіталу. Вербальна концепція моделі регіонального дослідження фіктивного капіталу сформульована таким чином: показники фіктивного людського капіталу, а саме втрати міграційні, втрати природні, кількість засуджених, кількість безробітного населення, сума заборгованості заробітної плати формують домінуючі фактори впливу на розвиток фіктивного людського капіталу: занепад розвитку бізнесу, зменшення витрат на науку та освіту, зменшення рівня державної підтримки регіону, неефективні управлінські рішення, а також зменшення економічного рівня життя населення. На цій основі продукується процес зменшення рівня якості життя населення, а також, як висновок, діюча в той час стратегія розвитку регіону пропагує їх занепад та невідповідність, тому потребує покращення моделі управління розвитком людського капіталу регіонів.

Для проведення дослідження потрібно обрати показники, які охарактеризують ситуацію фіктивного людського капіталу у регіонах України. Пропонуємо для визначення показників цього капіталу, використовувати за основу методологію оцінки Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ) і Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР), а саме: – за методологією ВЕФ (Індекс людського капіталу ВЕФ):

1) освіта: доступність, якість, здобутки; 2) здоров'я та профілактика захворюваності: довголіття, здоров'я, самопочуття; 3) робоча сила та працевлаштування: залучення, здібності, підготовка; 4) сприятливість середовища: інфраструктура, у тому числі соціальна, співпраця;

2) – за методологією ОЕСР (Індекс людського капіталу ОЕСР): 1) інвестиції у людський капітал: кваліфікація високого рівня, показники зарахування та випуску, час, вкладений у освіту; 2) регулювання інвестицій у людський капітал: оцінка освітніх досягнень учнів та компетенція дорослих; 3) результати освіти: відповідність освіти професії, показники ринку праці за віком, статтю, рівнем освіти, економічна ефективність освіти [2].

Визначивши основні показниками фіктивного людського капіталу, враховуючи об'єктивні умови та наявність офіційних статистичних даних, можна здійснити його оцінювання в розрізі регіонів України. А саме кластеризація, за допомогою штучної нейронної мережі на основі карт самоорганізації Кохонена, що відкриває нові можливості кращого управління регіонами країни, оскільки можна дослідити кожний показник окремо. Це дозволить візуально побачити, наголосити і привернути увагу до сфер життя, які потребують об'єктивного покращення управління, що сприятиме ефективному функціонуванню усієї системи інтелектуальної капіталізації окремого регіону і держави загалом.

Отже, процеси фіктивізації людського капіталу перетворюються на провідний чинник, що негативно впливає на економічне зростання та конкурентоспроможність країни. Тому надзвичайно важливим є дослідження формування нових підходів до визначення поняття «фіктивний людський капітал». Також за допомогою показників, можна провести дослідження цього капіталу та зробити оцінку й інтерпретувати результати, також володіти інформацією щодо проблем, які існують в регіонах України.

*Список використаних джерел:*

1. Гальків Л. І. Втрати людського капіталу: теорія й методологія дослідження та діагностика // НАН України, Ін-т регіон. дослідж. Львів, 2010. С. 48.
2. Осійчук, О. А. Проблеми інтегральної оцінки людського капіталу Осійчук О. А. // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2014. – Вип. 2. – С. 226-231., с. 229
3. Шевчук Л. Т. Втрати людського капіталу в Україні: понятійно-категорійний апарат і концептуальні положення // Соціально-економічні дослідження в перехідний період. Львів: ІРД НАН України, 2007. Вип. 3 (65). С. 9-27.

**Vyshnevskia S.M., Trach A.I.**

*Ivan Franko National University of Lviv (Lviv, Ukraine)*

### **THE IMPACT OF FICTITIOUS HUMAN CAPITAL ON THE SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE REGIONS OF UKRAINE**

In modern society, human development is the main element of productive forces. That is why in scientific circles the concept of human capital development has become universally recognized. Despite extensive coverage in the scientific literature of the problems associated with the formation, accumulation and use of human capital at all levels, not all of its aspects are clarified and substantiated. Today, the processes of integration and globalization are deepening in the world, the influence of unproductive forms of human capital on all spheres of life is increasing. It is in modern conditions that the processes of fiction of this capital turn into a leading factor that negatively affects the economic growth and competitiveness of the country. Therefore, it is extremely important to study the formation of new approaches to the definition of the concept of "fictitious human capital".

*Keywords:* integration processes, human capital, economic growth, fictitious human capital

**Вікторія Волошин**

*Львівський національний університет імені Івана Франка  
05voloshka@gmail.com*

## **ОБЛІК ВТРАЧЕНОГО АБО ВІДЧУЖЕНОГО МАЙНА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ**

Стабільність економіки України під час війни визначалася, насамперед, наявними резервами громадян, бізнесу та держави. Водночас для утримання стійкості у подальшій перспективі важливим є чітке розуміння своїх прав та обов'язків суб'єктами підприємницької діяльності.

Введення військового стану передбачає надання спеціальних повноважень військовому командуванню, військовим адміністраціям та органам місцевого самоврядування, необхідних для відвернення загрози чи відсічі збройної агресії, а також тимчасове обмеження конституційних прав і свобод людини і громадянина та прав і законних інтересів юридичних осіб. Відповідно, питання обліку операцій з майном підприємства під час воєнного стану потребує чіткого розуміння законодавства задля правильної фіксації

Закон України «Про передачу, примусове відчуження або вилучення майна в умовах правового режиму воєнного чи надзвичайного стану» від 7 травня 2012 року № 4765-VI (далі по тексту Закон № 4765) [1]

1) примусове відчуження майна - позбавлення власника права власності на індивідуально визначене майно, що перебуває у приватній або комунальній власності та яке переходить у власність держави для використання в умовах правового режиму воєнного чи надзвичайного стану за умови попереднього або наступного повного відшкодування його вартості;

2) вилучення майна - позбавлення державних підприємств, державних господарських об'єднань права господарського відання або оперативного управління індивідуально визначеним державним майном з метою його передачі для потреб держави в умовах правового режиму воєнного чи надзвичайного стану.

Додатково норми і правила здійснення цих операцій передбачено в Законі України «Про правовий режим воєнного стану» 12 травня 2015 року № 389-VIII (далі по тексту Закон № 389) [2] або Законі України «Про правовий режим надзвичайного стану» 16 березня 2000 року № 1550-III [3], залежно від правового режиму, в умовах якого передається, відчужується або вилучається майно.

Існує суттєва розбіжність в контексті цих двох варіантів операцій з майном, адже:

1) примусове відчуження майна в умовах правового режиму воєнного чи надзвичайного стану може здійснюватися з попереднім повним відшкодуванням його вартості. У разі неможливості попереднього повного відшкодування за примусово відчужене майно таке майно примусово відчужується з наступним повним відшкодуванням його вартості;

2) вилучення майна в умовах правового режиму воєнного чи надзвичайного стану здійснюється без відшкодування вартості такого майна.

Також будь-які рішення щодо таких операцій можуть прийматися лише за рішенням військового командування за погодженням з виконавчим органом відповідної місцевої ради. Слід зауважити що відповідно до п. 2 ст. 4 закону № 4765 [1] у місцевостях, де ведуться бойові дії, примусове відчуження або вилучення майна здійснюється за рішенням військового командування без погодження з органами влади.

З норм законодавства ми робимо висновок, що вилучення майна має стосуватися майна державної власності, а, отже, приватні підприємства чи фізичні особи можуть здійснювати операції відчуження майна, але з умовою майбутнього повного відшкодування його вартості (попереднім або наступним).

Важливим аспектом бухгалтерського обліку є документальне оформлення операцій. Примусове відчуження або вилучення майна оформлюється Актом приймання - передачі, форма якого затверджена постановою КМУ від 31 жовтня 2012 р. № 998 [4]. В ньому чітко зазначаються підстави, власника майна, документа, що підтверджує право власності, опис майна з чіткими ознаками його подальшої ідентифікації, розмір виплаченої компенсації, тощо (ст. 7 Закону 4765) [1].

Для облікових процедур важливим є оцінка майна, що підлягає відчуженню. В Законі № 4765 передбачено, що оцінка майна, що підлягає примусовому відчуженню, проводиться у порядку, встановленому законодавством про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність суб'єктами, що мають такі права або державними органами влади з відповідними повноваженнями.

Слід зазначити, що порушення вищеперелічених умов свідчить про порушення законодавства і призводить до кримінальної відповідальності.

Для відображення в обліку підприємство повинне розрізнити два варіанти:

1) примусове відчуження майна, законодавче регулювання якого ми розглянули вище у дослідженні, передбачає відшкодування і тому відображається як операція з реалізації такого майна (тобто, визнаються дохід у розмірі компенсації і витрати у розмірі балансової вартості переданих активів);

2) добровільне відчуження майна, яка нічим не компенсується, а отже, не розглядається як його реалізація і при добровільній передачі товарів доцільно використовувати субрахунок 977 «Інші витрати діяльності», а для основних засобів субрахунок 976 «Списання необоротних активів» [5].

Окрім того підприємства втрачають майно у результаті активних бойових дій. В обліку юридична особа має право списати активи з балансу, якщо вони вибули через продаж, безоплатну передачу, використання у власній діяльності, обмін або не відповідають критеріям визнання активами. Отже, знищені об'єкти не вважаються активами згідно із вимогами національних стандартів. Для підтвердження факту знищення майна і його втрати необхідно провести інвентаризацію та скласти відповідний Акт у якому засвідчити відсутність майна або втрату ним ознак активу [5]. На підставі Акту про списання відповідної, затвердженої на підприємстві, форми для необоротних активів з використанням субрахунку 976 «Списання необоротних активів» відбувається облік втраченого майна. Важливим є такий аспект: якщо немає фізичної можливості дійсно перевірити факт втрати майна, оскільки, далі тривають бойові дії у місцях їх зберігання чи знаходження доцільно здійснювати облік активів і надалі за загальноприйнятими на підприємстві принципами та нормами облікової політики.

Отже, бухгалтерський облік діяльності суб'єктів господарювання під час воєнного стану, насамперед, повинен виконуватися згідно норм законів, що стають чинним відповідно до запровадження Закону України «Про затвердження Указу Президента Про введення воєнного стану в Україні» № 2102-IX від 24.02.2022р [6].

*Список використаних джерел:*

1. Про передачу, примусове відчуження або вилучення майна в умовах правового режиму воєнного чи надзвичайного стану: Закон України від 7 травня 2012 року № 4765-VI URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4765-17#Text>

2. Про правовий режим воєнного стану: Закон України 12 травня 2015 року № 389-VIII URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/389-19#Text>
3. Про правовий режим надзвичайного стану: Закон України 16 березня 2000 року № 1550-III URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1550-14#Text>
4. Деякі питання здійснення повної компенсації за майно, примусово відчужене в умовах правового режиму воєнного чи надзвичайного стану: Постанова КМУ від 31 жовтня 2012 р. № 998 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/998-2012-%D0%BF#n46>
5. Положення про інвентаризацію активів і зобов'язань: Наказ Міністерства фінансів України від 02.09.2014 р. № 879. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0202-94>
6. Про затвердження Указу Президента Про введення воєнного стану в Україні: Закон України № 2102-IX від 24.02.2022р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2102-20#Text>

**Viktoria Voloshyn**

*Ivan Franko National University of Lviv*

#### ACCOUNTING FOR LOST OR ALIENATED PROPERTY UNDER MARTIAL LAW

The issue of Compulsory expropriation or confiscation of property in connection with the introduction and implementation of measures of martial law, which is carried out by the decision of the military command, agreed in accordance with the executive bodies of the local council, covers accounting procedures and documentation of the transaction in the seizure, forced alienation or loss of property by the enterprise.

*Keywords:* state regulation, martial law, property, alienation, seizure, lost

**Віра Воробйова**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*

*vira.vorobiova@lnu.edu.ua*

## **ФІНАНСОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ СТРАХОВОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ**

Як відомо «створення ефективної системи захисту майнових прав та інтересів окремих громадян, підприємств і підприємств, підтримання соціальної стабільності у суспільстві й економічної безпеки держави неможливе без функціонування потужного ринку страхування. Крім того, страхування важливе джерело акумулювання коштів для подальшого інвестування в національну економіку» [1, с.100-101]. Подальший розвиток національного ринку страхування на пряму залежить від розвитку страхового підприємництва, його фінансового потенціалу й інноваційної спроможності генерувати нові страхові продукти.

Незважаючи на значний обсяг наукових публікацій, які відображають проблеми розвитку страхового підприємництва, недостатньо висвітленими залишаються питання формування та реалізації фінансового потенціалу страхового підприємництва в Україні. Тому, нарізла потреба узагальнити теоретичні та вдосконалити практичні аспекти формування та реалізації фінансового потенціалу страхового підприємництва в економіці України.

Спираючись на дослідження вітчизняних та зарубіжних вчених, що займалися проблемами фінансового потенціалу для цілей нашого дослідження під фінансовим потенціалом страхового підприємництва розумітимемо сукупність як наявних так і потенційних фінансових ресурсів, які може мобілізувати та реалізувати страхова система за певних умов для забезпечення свого сталого економічного зростання у чітко визначений часовий період.

Фінансовий потенціал страхового підприємництва «є динамічною функцією, орієнтованою на досягнення певного стану об'єкта (носія потенціалу) в майбутньому за певних зовнішніх та внутрішніх умов його функціонування» [2, с.105], він «забезпечує досягнення стратегічних і тактичних цілей його діяльності, які в значній мірі визначають цільові джерела формування фінансових ресурсів у необхідному обсязі» [2, с.105].

Якщо процес формування фінансового потенціалу страхового підприємництва (формування фінансових ресурсів) розглядають як спосіб забезпечення фінансування його майбутнього розвитку, то реалізацію фінансового потенціалу страхового підприємництва ототожнюють з ризиком, який суттєво впливає на результати тих фінансово-господарських операцій, для здійснення яких ресурси було сформовано.

У залежності від часового періоду, що вивчається виділяють: фактичний фінансовий потенціал страхового підприємництва (досягнутий, реалізований); перспективний фінансовий потенціал страхового підприємництва (вектор розвитку).

Ключовими суб'єктами страхового підприємництва є страхові компанії. У 2015-2021 роках число страховиків на ринку страхування України зменшилося на 192 суб'єкти страхового підприємництва. Станом на 15.09.2021 року в Державному реєстрі фінансових установ (ДРФУ) обліковується 169 страховиків, з яких 17 – компанії зі страхування життя [3]. За період з 01.07.2020 року до 15.09.2021 року страховий ринок зменшився на 46 страховиків, або на 21%. З них тільки 8 компаній були виведені з ринку примусово як захід впливу. Решта страховиків здали ліцензії за власною заявою, при цьому значна частина з них була під заходами впливу за порушення нормативів [3]. Станом на 31.12.2019 року в Україні суб'єктами страхового підприємництва було укладено 196923700 одиниць договорів страхування, що на 5505600 одиниць менше ніж на у 2015 р. та 17452500 одиниць більше ніж у 2018 році. Обсяг сплачених статутних капіталів суб'єктами страхового підприємництва у 2019 році у порівнянні з 2015 роком зменшився на 3408,7 млн. грн. і становив 11066,1 млн. грн., що на 1570,5 млн. грн. менше ніж навіть у попередньому 2018 році. Ці показники негативно характеризують рівень фінансового потенціалу страхового підприємництва в Україні. Позитивної динаміки набули показники обсягів сформованих суб'єктами страхового підприємництва страхових резервів у 2015-2021 роках зріс на 16654,6 млн грн з 18367,3 млн грн до 35030,9 млн грн., що позитивно характеризує фінансову основу страхової діяльності в Україні. Загальні активи страховиків в Україні у 2015-2021 роках зросли на 4470,9 млн грн з 60729,1 млн грн до 65200 млн грн. Спостерігається стабільне зростання обсягів прийнятних активів, які тільки за останній рік зросли на 4197,1 млн. грн. з 47341 млн. грн. у III кв. 2020 до 51538,1 у III кв. 2021 року.

**Висновки.** Фінансовий потенціал страхового підприємництва – це «сукупність як наявних так і потенційних фінансових ресурсів, які може мобілізувати та реалізувати страхова система за певних умов для забезпечення свого сталого економічного зростання у чітко визначений часовий період» [4]. Можемо стверджувати, що фінансовий потенціал страхового підприємництва в Україні є задовільний.

Досліджуючи сутність та проблеми фінансового потенціалу розвитку страхового підприємництва в Україні в подальшому потрібно: «здійснити науковий аналіз теоретичних і практичних підходів до дослідження фінансового потенціалу розвитку страхового підприємництва; виявити специфіку основних етапів та розкрити основні закономірності генези фінансового потенціалу страхового підприємництва; провести дослідження сучасного стану, сутності, структури, функціонального змісту видів і форм реалізації фінансового потенціалу страхового підприємництва; дати обґрунтування сучасних теоретико-методологічних концептуальних установок і методичних підходів до визначення ефективності механізмів формування і реалізації фінансового потенціалу страхового підприємництва; розробити методику оцінки ефективності та виробити конкретні рекомендації щодо підвищення ефективності у сфері формування і реалізації фінансового потенціалу страхового підприємництва» [4].

*Список використаних джерел:*

1. Пліса В.Й. Страхування : підручник, 2-ге вид, випр. й доп. Київ : Каравела, 2019. 512 с.
2. Нагорнюк О.В. Класифікація видів фінансового потенціалу підприємства. *Інтелект XXI*. № 1. 2018. С.104-109.
3. Огляд страхового ринку за I півріччя 2021 року / Національний банк України. URL: [https://bank.gov.ua/admin\\_uploads/article/Insurance\\_market\\_review\\_first\\_half\\_2021\\_pr\\_2021-10-26.pdf?v=4](https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Insurance_market_review_first_half_2021_pr_2021-10-26.pdf?v=4) (дата звернення: 20.04.2022).
4. Пліса В.Й., Воробйова В.О. Фінансовий потенціал страхового підприємництва в Україні. *Економіка та суспільство*. 2022. № 37. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1229> DOI: 10.32782/2524-0072/2022-37-52.

**Vira Vorobyova**

*Ivan Franko National University of Lviv*

## FINANCIAL POTENTIAL OF INSURANCE BUSINESS IN UKRAINE: PROBLEMS OF FORMATION AND IMPLEMENTATION

Despite the significant volume of scientific publications that reflect the problems of insurance business development, the issues of formation and realization of the financial potential of insurance business in Ukraine remain insufficiently covered. Therefore, there is a need to generalize the theoretical and improve the practical aspects of the formation and implementation of the financial potential of insurance business in the economy of Ukraine. Based on the research of domestic and foreign scholars who have studied the problems of financial potential for the purposes of our study, the financial potential of insurance business means a set of both available and potential financial resources that can mobilize and implement the insurance system under certain conditions to ensure sustainable economic growth. a certain period of time.

*Keywords:* insurance, insurance business, insurance market, financial potential

**Олег Врублевський**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*  
*oleh.vrublevskiy@lnu.edu.ua*

## **МОДЕРНІЗАЦІЯ РИНКУ СТРАХУВАННЯ УКРАЇНИ В УМОВАХ ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОЇ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ: ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ (ЦІЛЬОВОГО НАПОВНЕННЯ) СТРАТЕГІЇ ТА ПІДВИЩЕННЯ АБСОРБЦІЙНОЇ СПРОМОЖНОСТІ СУБ'ЄКТІВ СТРАХОВОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА**

Важливою проблемою сьогодення є формування ефективної стратегії модернізації ринку страхування України в умовах інституціональної невизначеності, адже як відомо, «страховий ринок – це частина фінансового ринку, де об'єктом купівлі-продажу виступає страховий захист, формуються попит і пропозиції на нього та головною функцією якого є акумуляція та розподіл страхового фонду з метою страхового захисту суспільства» [1, с. 53].

Актуальність і практична значимість проблем формування (цільового наповнення) і реалізації стратегії модернізації ринку страхування України в умовах інституціональної невизначеності, необхідність їх вивчення у теоретичному і практичному плані, зумовлюють все більший інтерес до цієї проблематики.

Нині важливою ціллю є обґрунтування теоретичних та практичних рекомендацій стосовно формування (цільового наповнення) і реалізації стратегії модернізації ринку страхування України в умовах інституціональної невизначеності. Для досягнення цієї цілі потрібно вирішити комплекс таких задач: «з'ясувати сутність, загальну структуру й внутрішню систему страхового ринку; дослідити сутність та цільове наповнення стратегії модернізації; розглянути інституціональну невизначеність як невід'ємну характеристику середовища функціонування страхового ринку; розглянути нормативно-правове забезпечення, організаційно-інституційну архітектуру й систему державного регулювання ринку страхування України; провести макроекономічний аналіз стану й тенденцій розвитку ринку страхування України; вивчити досвід країн Східної Європи з модернізації національних страхових ринків та шляхи його імплементації в Україні; запропонувати шляхи підвищення абсорбційної спроможності суб'єктів ринку страхування України» [2].

Узагальнивши і систематизувавши погляди вітчизняних і зарубіжних учених на сутність, загальну структуру й внутрішню систему страхового ринку було визначено, що страховий ринок займає провідне місце у економічній системі України завдяки: зниженню рівня навантаження на витратну частину бюджетної системи; сприяттю соціально-економічної стабільності в державі; стимулюванню модернізації страхової підприємницької діяльності» [3, с. 197]; слугуванню джерелом внутрішніх інвестицій в державу на довгостроковій основі; тощо.

Досвід економічно-розвинутих країн засвідчує те, що стабільний та спроможний розвиватися ринок страхування забезпечує стабільність економіки та фінансової системи держави.

Ключовими елементами стратегії модернізації ринку страхування є: розроблення національних стандартів корпоративного ризик менеджменту, з метою убезпечення від ризиків зниження рівня платоспроможності страхових компаній; формування інститутів альтернативного перестраховання ризиків страхових компаній; формування ефективного механізму реорганізації неконкурентоспроможних страховиків; запровадження переліку превентивних дій регулятором щодо запобігання виникненню кризових ситуацій; використання краудфандингових (он-лайн збір коштів на відповідні проекти) платформ для розширення смності страхового ринку України щодо покриття катастрофічних збитків в умовах нерозвиненості фінансового ринку; визначення стратегічних напрямків розвитку інфраструктури страхового ринку України в умовах фінансової глобалізації на основі модернізації положення «Програма розвитку страхового ринку України та його інфраструктури»; впровадження інституцій щодо вдосконалення збирання, опрацювання, розкриття та обміну інформацією, для подальшої протидії страховому шахрайству, підвищенню прозорості ведення бізнесу та довіри користувачів страхових послуг до страховиків.

Розглянувши інституціональну невизначеність як невід'ємну характеристику середовища функціонування страхового ринку, можемо стверджувати, що невизначеність: передумовою має умисне або неумисне викривлення подачі інформації індивідом (працівником); інституційна невизначеність – обумовлена стереотипним сприйняттям інформації, тобто вона формується на основі механізму, діяльність котрого може суттєво впливати на процес функціонування страхової компанії; технологічно формується на основі фізичної неспроможності отримати, проаналізувати та використати, з метою прийняття управлінських рішень, всієї наявної у середовищі інформації; організаційно виникає в результаті невідповідності часу сприйняття, опрацювання та передачі достовірних даних, інформаційними каналами всередині страхової компанії та тривалості терміну, протягом якого вона зберігає свою актуальність для прийняття відповідних управлінських рішень.

Розглянувши нормативно-правове забезпечення, організаційно-інституційну архітектуру й систему державного регулювання страхового ринку України можемо впевнено стверджувати, що: основою регулювання страхової діяльності на національному рівні виступають кодифіковані акти (Цивільний кодекс України, Господарський Кодекс України, Податковий кодекс України), закони (Закон України «Про страхування», Закон України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг»), підзаконні акти (постанови, розпорядження, накази); організаційно-інституціональна архітектура страхового ринку формується відповідно до діючої організаційно-структурної та соціально-економічної взаємодії формальних та неформальних інститутів, державних та не державних інфраструктур спрямованих на формування необхідного рівня надання та споживання страхових послуг; головними суб'єктами державного регулювання страхового ринку в Україні є Національний банк України і Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку.

Нині на ринку страхування України спостерігається тенденція до суттєвого скорочення кількості страхових компаній. Це є наслідком як негативних макроекономічних процесів, так і наслідком регулюючих дій зі сторони ліквідованої Національної комісії з регулювання ринків фінансових послуг. Показник рівня проникнення страхування, який допомагає оцінити вплив страхування на соціально-економічний розвиток суспільства в цілому, знаходиться на дуже низькому рівні – 1,39% (для порівняння – у Німеччині – 6.84%, у США – 8.1%) [3, с.103]. Проте, попри зниження кількості страхових компаній на ринку, з динаміки основних показників страхової діяльності за 2010-2020 роки, про позитивні тенденції розвитку страхового ринку свідчать такі показники як сума страхових премій, страхові виплати, рівень страхових виплат, страхові резерви та загальні активи страховиків. Це свідчить про те, що вітчизняний ринок страхування хоч і пройшов стадію формування, але по сьогоднішній день активно трансформується.

Вивчивши досвід країн Східної Європи з модернізації національних страхових ринків та можливі шляхи його імплементації в Україні, з'ясовано, що ринок страхування України виступає складовою частиною глобального світового простору, що поєднує національні ринки страхування усіх країн загалом.

Підвищення абсорбційної спроможності суб'єктів страхового підприємництва в Україні можливе уразі: налагодження тісних взаємовідносин між національними ринками страхування країн-сусідів ЄС, шляхом формування культурного, інформаційного та економічного простору; запровадження на вітчизняному ринку страхування міжнародних стандартів формування і реалізації

страхових продуктів; уніфікації механізмів страхування; впровадження передових технологій страхування; встановлення міжнародних інформаційно – комунікаційних механізмів для розширення меж страхового бізнесу; формування нових інтегрованих систем страхового підприємництва міжнародного рівня.

*Список використаних джерел:*

1. Плиса В. Й. Страхування : підручник, 3-тє вид, випр. й доп. Київ : Каравела, 2021. 440 с.
2. Врублевський О. Б., Плиса В. Й. Проблеми цільового наповнення стратегії модернізації страхового ринку України в умовах інституціональної невизначеності. *Фінансові інструменти сталого розвитку економіки* : матеріали IV міжнародної науково-практичної конференції (м. Чернівці, 12 травня 2022 року). URL: <https://econom.chnu.edu.ua/kafedry-ekonomichnogo-fakultetu/kafedra-finansiv-i-kredytu>.
3. Плиса В. Й. Стратегія модернізації страхового ринку України. *Сучасні тенденції розвитку регіонів, підприємств та їх об'єднань* : монографія. Дніпро: Пороги, 2018. С.191-200.
4. Врублевський О. Б. Модернізація страхового ринку України в умовах інституціональної невизначеності. *Проблеми розвитку страхування в Україні* : Науковий студентський збірник. Вип. 2. 2021. С.102-105.

**Oleg Vrublevsky**

*Ivan Franko National University of Lviv*

MODERNIZATION OF THE INSURANCE MARKET OF UKRAINE IN THE CONDITIONS OF INSTITUTIONAL UNCERTAINTY: PROBLEMS OF FORMATION (TARGET FILLING) OF STRATEGY AND INCREASE OF ABSORPTION CAPACITY OF SUBJECTS OF INSURANCE BUSINESS

The urgency and practical significance of the problems of formation (target content) and implementation of the strategy of modernization of the insurance market of Ukraine in conditions of institutional uncertainty, the need to study them in theoretical and practical terms, are of growing interest in this issue. Currently, an important goal is to substantiate the theoretical and practical recommendations for the formation (target content) and implementation of the strategy of modernization of the insurance market of Ukraine in conditions of institutional uncertainty. To achieve this goal, you need to solve a set of the following tasks: to clarify the nature, general structure and internal system of the insurance market; explore the nature and purpose of the modernization strategy; consider institutional uncertainty as an integral feature of the insurance market environment; to consider regulatory and legal support, organizational and institutional architecture and the system of state regulation of the insurance market of Ukraine; to conduct a macroeconomic analysis of the state and trends of the insurance market of Ukraine; to study the experience of Eastern European countries in the modernization of national insurance markets and ways to implement it in Ukraine; suggest ways to increase the absorption capacity of the insurance market of Ukraine.

*Keywords:* modernization, insurance market, strategy, absorption capacity, insurance business entity.



**Анастасія Ганусик, Ганна Головчак**  
Львівський національний університет імені Івана Франка  
anastasiia.hanusyk@lnu.edu.ua, hanna.holovchak@lnu.edu.ua

## ОБЛІК ТА ОПОДАТКУВАННЯ КРИПТОВАЛЮТИ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ

Криптовалюта є відносно новим для української економіки активом, проте в силу активізації процесів цифрових трансформацій вже впевнено займає конкурентну позицію на ринку електронних платіжних інструментів та фінансових активів. Урегульованість ринку криптовалютою є ознакою суб'єктивною, особливо в умовах значної міждержавної конкуренції, додаткових карантинних обмежень (як реакції на тлі пандемії Covid-19) та неможливості активного розвитку через введення воєнного стану в Україні внаслідок збройної агресії росії.

Саме емітування валюти в мережі Інтернет є її головною специфічною характеристикою, що відрізняє валюту від паперових банкнот, емісія яких є організована і контрольована НБУ чи електронних грошей, утворення яких відбувається внаслідок фізичного внесення паперових грошей на рахунок чи електронний гаманець. Таким чином, криптовалюта є основним об'єктом купівлі або продажу чи інших операцій на ринку віртуальних грошей. Кількість криптовалют постійно змінюється, враховуючи появу нових чи зникнення старих. Так, на початок 2021 року існувало понад 2,3 тис. криптовалют, тоді, як на початок 2022 року їх кількість налічує понад 3,2 тис. [3, 4, 5]. Найбільшого розвитку досягнула першостворена валюта Bitcoin, на її базі було побудовано безліч інших криптовалют, практичний механізм функціонування яких майже не відрізняється від Bitcoin. Таким чином, їх було визначено як альткоїни - альтернативні криптовалюти, похідні інструменти від біткоіна (табл.1).

Таблиця 1.

Перелік розповсюджених криптовалют в Україні

№	Назва криптовалюти	Характеристика
1	Bitcoin (btc)	найбільш поширена криптовалюта
2	Ethereum (eth)	криптовалюта, яка містить надійний захист і працює зі смарт-контрактами
3	Binance Coin (bnb)	криптовалюта як одне з відгалужень біткоіна, із підвищеною швидкістю транзакцій
4	Tether (usdt)	криптовалюта яка може здійснювати всі види фінансових операцій
5	Solana (sol)	криптовалюта, вартість якої є незмінною
6	Cardano (ada)	криптовалюта, яка працює як технологія розумного контакту
7	USD Coin (usdc)	криптовалюта, яка сприяє підвищеній захищеності операцій

Віртуальний актив - нематеріальне благо, що є об'єктом цивільних прав, має вартість та виражене сукупністю даних в електронній формі. Існування та оборотоздатність віртуального активу забезпечується системою забезпечення обороту віртуальних активів. Віртуальний актив може посвідчувати майнові права, зокрема права вимоги на інші об'єкти цивільних прав.

Функціонування ринку організоване на основі використання віртуальних грошей - криптовалют. Проте, в контексті її дослідження як об'єкту обліку і оподаткування, можна визначити, що криптовалюта є віртуальною грошовою одиницею, емісія якої здійснюється із використанням розподілених мереж і публічно доступних журналів реєстрації угод. Пропонуємо таке визначення криптовалюти: криптовалюта - це цифрова грошова одиниця, віртуальний нематеріальний актив, з одиницею «coin» (монета), яка емітується в мережі за певними принципами криптографії (майніться) для забезпечення контролю операцій та створення нових елементів. Метою створення криптовалюти є функціонування віртуального засобу платежу, який не контролюється жодним державним центральним банком, вільно поширюється та операції з яким є достатньо контрольованими та офіційно незалежними.

Функціональні ознаки криптовалюти підтверджують, що вона є універсальним фінансовим активом, а тому належить до об'єктів оподаткування. Облік та оподаткування віртуальних грошей, введення податкового контролю за майнінгом і операціями з визначення валютного курсу є обов'язковими умовами для дозволу відкритого використання віртуальних валют як цифрових фінансових активів та законних засобів платежу на національному ринку України; ще одною передумовою необхідності реалізації комплексу регуляторних заходів є унеможливлення або попередження використання криптовалют у терористичній чи іншій нелегалізованій діяльності [2].

Верховною Радою України в лютому 2022 року було прийнято Закон «Про віртуальні активи», який дозволяє легалізувати ринок криптовалют. Закон визначає поняття «віртуальний актив» як «нематеріальне благо, що є об'єктом цивільних прав, має вартість та виражене сукупністю даних в електронній формі» [1]. Повноваженнями щодо ринку віртуальних активів Закон передбачає наділити Національний банк України, Національну комісію з цінних паперів та фінансових ринків, Державний реєстр постачальників послуг. Фінансовий та податковий облік зміни курсів валют регулюється положеннями Національного стандарту бухгалтерського обліку 21 «Вплив змін валютних курсів». Курсова різниця є математичною різницею певної кількості одиниць валюти за умови, що відбуваються валютні коливання. У випадку, коли офіційний курс НБУ є вищим за курс розрахунків суб'єктів підприємницької діяльності, виникає різниця, яка вважається доходом від курсових різниць. Національний стандарт пропонує відображати такі види доходів на субрахунках 719 «Інші доходи від операційної діяльності» або 746 «Інші доходи від звичайної діяльності». Якщо офіційний курс НБУ є нижчим за курс розрахунків суб'єктів підприємницької діяльності, виникає протилежна різниця, яка вважається втратою від курсових різниць. Такі види витрат Національний стандарт закликає відображати на субрахунках 949 «Інші витрати операційної діяльності» або 977 «Інші витрати звичайної діяльності».

Якщо суб'єктом підприємницької діяльності здійснюється операція придбання однієї криптовалюти за рахунок іншої, то, згідно НПСБО 21, балансова вартість таких придбаних цифрових активів визначається за розміром і оцінкою балансової вартості проданої криптовалюти. Фінансовий та податковий облік придбання іноземної валюти або криптовалюти за рахунок іншої валюти або криптовалюти здійснюється обліковим записом із застосуванням субрахунків 711 «Дохід від реалізації іноземної валюти» і 942 «Собівартість реалізованої іноземної валюти». Визнання криптовалюти грошовою одиницею та засобом платежу змінює умови визнання ліквідності балансу, платоспроможності підприємства, тому необхідно дослідити особливості відображення криптовалютних активів у системі фінансового обліку. Для відображення в синтетичному обліку операцій з криптовалютами пропонуємо використовувати субрахунок 130 «Криптоактив», який є вільним у діючому Плані рахунків бухгалтерського обліку. Для потреб аналітичного обліку та при різноманітних видах використовуваних криптовалют доцільно здійснювати облік за кожним окремим видом криптовалют, та окремо за операціями надходження та вибуття криптовалют.

На шляху розвитку українського ринку віртуальних активів необхідно приділяти більше уваги розробці дієвих високотехнологічних механізмів організації обліку і оподаткування операцій; це забезпечить не лише стандартизацію облікових процесів, а й знизить негативний вплив з боку ризиків контрагента, інвестиційного шахрайства чи інших ризиків під час воєнного стану.

*Список використаних джерел:*

1. Закон України «Про віртуальні активи» від 17.02.2022 №2074-IX.
2. Мерінова С., Половенко Л. Роль криптовалюти у цифровій економіці. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. 2021. Вип. 42. С. 80-87.
3. Макарчук І., Перчук О., Яременко Л., Стратан А. Особливості функціонування світового ринку криптовалюти в умовах трансформаційних змін глобального економічного середовища. Агросвіт. 2021. № 7-8. С. 85-93. <https://doi:10.32702/2306-6792.2021.7-8.85>.
4. Скрипник С., Головчак Г., Шепель І. Світові практики обліку та оподаткування криптовалют. Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку. 2021. №27. С.44-56. <https://doi.org/10.33813/2224-1213.27.2021.5>
5. Dewey J. N. Blockchain & Cryptocurrency Laws and Regulation 2022. Global Legal Insights, 2021. Available at: <https://www.globallegalinsights.com/> (дата звернення 10.11.2021).

**Anastasiia Hanusyk, Hanna Holovchak**

*Ivan Franko National University of Lviv*

ACCOUNTING AND TAXATION OF CRYPTOCURRENCY IN UKRAINE DURING MARTIAL LAW

Accounting and taxation of virtual money, the introduction of tax control over mining and exchange rate transactions are prerequisites for allowing the open use of virtual currencies as digital financial assets and legal tender in the national market of Ukraine

*Keywords:* cryptocurrency, virtual asset, accounting, taxation, control.

**Анастасія Ганусик**

*Львівський національний університет імені Івана Франка  
Anastasiia.Hanusyk@lnu.edu.ua*

## **ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЛОГІСТИЧНОГО УПРАВЛІННЯ РУХОМ МАТЕРІАЛЬНИХ ПОТОКІВ ПІДПРИЄМСТВА**

Стрімкий розвиток сучасних технологій спричиняє зміну стратегічних пріоритетів організацій в напрямку модернізації інформаційної системи здійснення логістичної діяльності. Внаслідок таких змін підприємства стають високотехнологічними, тобто такими, що володіють найсучаснішою технологічною платформою, яка є генератором логістичних процесів. У цих умовах підприємства прагнуть розвиватися в руслі іншого організаційного поля, у результаті чого на підприємствах формують модулі логістичного управління (специфічні організаційні структури – служби логістики для кожного підприємства, з обов'язковим визначенням для них низки функцій, які вони виконуватимуть). У межах цих модулів координують логістичні операції.

Найпоширенішою організаційною структурою є трьохрівнева служба логістики: перший рівень – загальне управління логістичною системою (на рівні департаменту логістики); другий рівень – управління логістичною функцією (на рівні відділів департаменту); третій рівень – управління логістичними операціями (на рівні оперативних груп).

Ефективність логістичних операцій безпосередньо впливає на економіку підприємства, його фінансові результати та ринкову позицію. Ключовим елементом логістичної системи підприємства є модуль логістичного управління рухом його матеріальних потоків.

Вузьким місцем в системі логістичного управління рухом матеріальних потоків підприємства виступає підсистема облікового супроводу операцій з потоками матеріальних ресурсів.

У теорії та практиці бухгалтерського обліку сформувалася думка про те, що «організація облікового процесу в мікрологістичних системах – це система методів, способів і заходів, які забезпечують оптимальне функціонування бухгалтерського обліку й подальший його розвиток. Така організація полягає в цілеспрямованому впорядкуванні та вдосконаленні механізму, структури та процесів бухгалтерського обліку. Впорядкування системи обліку означає організацію цієї системи, зокрема її функціонування в часі та просторі» [1 с.81].

Процес вирішення задачі організації облікового забезпечення модуля логістичного управління рухом матеріальних потоків підприємства, на нашу думку, мав би складатися з таких етапів.

Етап 1. Формування системи вихідних координуючих сигналів облікового забезпечення модуля логістичного управління рухом матеріальних потоків підприємства.

Етап 2. Вирішення локальних задач оптимізації облікового забезпечення модуля логістичного управління рухом матеріальних потоків підприємства.

Етап 3. Уточнення координуючих сигналів облікового забезпечення модуля логістичного управління рухом матеріальних потоків на найвищому рівні управління підприємства.

Етап 4. Прийняття рішення вищим управлінським персоналом. У випадку задоволення потреб вищого управлінського персоналу підприємства отриманим інформаційним масивом процедура координації закінчується. У іншому випадку здійснюється вирішення локальних задач оптимізації (перехід до етапу 2).

Організація ефективної підсистеми облікового забезпечення логістичного управління рухом матеріальних потоків підприємства дасть змогу інтегрувати отримані інформаційні потоки (результати облікових реєстрацій) в єдину систему інформаційного забезпечення управління виробничо-збутовою системою, що в свою чергу підвищить рівень її конкурентоспроможності та безпеки.

*Список використаних джерел:*

1. Пліса З. П. Деконструкція підсистеми облікового забезпечення логістики підприємства. *Сучасний стан та перспективи розвитку обліку, аудиту, оподаткування та аналізу в умовах міжнародної інтеграції* : збірник тез доповідей учасників ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференції. Херсон : ПП Вишемирський В.С., 2020. С.80-82.

**Hanusyk Anastasiia**

*Ivan Franko National University of Lviv*

## **ORGANIZATION OF ACCOUNTING SUPPORT OF THE MODULE OF LOGISTIC MANAGEMENT OF THE MOVEMENT OF MATERIAL FLOWS OF THE ENTERPRISE**

The rapid development of modern technologies leads to a change in the strategic priorities of organizations in the direction of modernization of the information system of logistics activities. As a result of such changes, enterprises become high-tech, those that have the most modern technological platform, which is a generator of logistics processes. In these conditions, companies seek to develop in the direction of another organizational field, resulting in enterprises forming logistics management modules (specific organizational structures - logistics services for each company, with mandatory definition of a number of functions they will perform). Within these modules, logistics operations are coordinated. A bottleneck in the system of logistical management of material flows of the enterprise is the subsystem of accounting support of operations with flows of material resources. In our opinion, the process of solving the problem of organizing the accounting support of the module of logistics management of material flows of the enterprise should consist of such stages. Formation of a system of output coordinating signals of accounting support of the module of logistic management of the movement of material flows of the enterprise. Solving local problems of optimization of accounting support of the module of logistic management of the movement of material flows of the enterprise. Clarification of coordinating signals of accounting support of the module of logistic management of the movement of material flows at the highest level of management of the enterprise. Decision-making by senior management.

The organization of an effective subsystem of accounting support of logistics management of material flows of the enterprise will allow integrating the received information flows (results of accounting registrations) into a single system of information support of production and sales system, which in turn will increase its competitiveness and security.

*Keywords:* logistics, logistics management, movement of material flows, enterprise, accounting, organization

**Наталія Гапон, Володимир Швець**  
Львівський Національний Університету імені І. Франка  
nataliagapon938@gmail.com, shwe@ukr.net

## ОЦІНЮВАННЯ РОЗМІРІВ ШКОДИ ЗАВДАНОЇ ЗЕМЕЛЬНИМ АКТИВАМ УКРАЇНИ

На сьогодні постає важливе питання оцінки розмірів шкоди завданої земельним активам України. Земля займає особливе місце матеріальних умов для життя і виробничої діяльності населення. Ґрунти, надра, ліси, водні екосистеми є основними в житті людства. Тому інтенсивна експлуатація земельних угідь до повного виснаження без застосування відновлювальних заходів є екологічним колапсом. Воєнні дії завдали нищівного удару не лише земельним активам, а також економіці держави. Маючи вирішальне значення у визначенні державності, земля перебуває під особливою охороною держави [1].

Земельні ресурси України належать до земельного фонду, що використовується у сільському, лісовому господарстві, містобудуванні та інших галузях економіки. Серед земель України найбільшу площу (40378,2 тис. га) займають землі сільськогосподарського призначення, які є найбільш цінним ресурсом держави та забезпечують не тільки потреби українців, але й формують найбільшу частину експорту держави. Землекористувачі роками нехтували ресурсозбереженням в аграрному секторі, що з роками спричинило такі проблемні наслідки: ерозія землі (близько 57,5% території); забруднення майже 20% території; підтоплення близько 12% території; зменшення вмісту поживних речовин у ґрунтах [4]. Можна зазначити, що з роками показники не покращуються, а навпаки. У результаті військової агресії Росії на території нашої держави масштаби завданих збитків можна лише припустити (забруднення, ерозії, знищення будинків і майна громадян України. Усе це актуалізує питання оцінювання завданої шкоди земельним активам в Україні.

Для оцінки завданих збитків і витрат пов'язаних з відновленням земельних активів необхідно з'ясувати параметри шкоди. Традиційно ґрунти вважаються забрудненими, якщо в їх складі виявлені негативні якісні зміни. А з початку війни можна лише припустити величину цих показників внаслідок нанесених ударів технікою ворога, рівень забруднення водних ресурсів.

Прийнято, що найшкідливішими компонентами забруднення довкілля є оксид вуглецю, сірки, азоту, синтетичні органічні речовини, сполуки фосфору, нафтопродукти. Відновлення земельних активів від забруднення є необхідним для нормальної життєдіяльності людей та їхнього здоров'я, що регулюється: Конституцією України, Земельним і Цивільним кодексами України [1].

Питання оцінки земельних активів регулюють норми Податкового кодексу України [6], законами України Про оцінку майна, Про оцінку земель [5], та іншими нормативними актами. Нормативна база потребує постійного оновлення і аналізу відповідно до викликів сьогодення.

Під час війни затверджено новий нормативний акт Міністерством захисту довкілля та природних ресурсів України. Наказом від 4 квітня 2022 року №167 затвердило Методику визначення розміру шкоди, завданої землі, ґрунтам внаслідок надзвичайних ситуацій та/або збройної агресії та бойових дій під час дії воєнного стану. Шкоду обчислюватимуть уповноважені особи, що здійснюють державний нагляд і контроль згідно вимог законодавства про охорону навколишнього природного середовища.

Оцінка земельної ділянки включає в себе наступні етапи: збір вихідної інформації про земельну ділянку; укладення договору на проведення оцінки; огляд і фотофіксація об'єкта оцінки; аналіз найбільш ефективного використання земельної ділянки; вибір методів оцінки; визначення вартості об'єкта оцінки; складання звіту з оцінки земельної ділянки. Матеріали по забрудненню, які використовуються для проведення розрахунку, формують відповідні органи, що здійснюють державний нагляд за додержанням вимог законодавства про охорону навколишнього середовища [3].

Результат експертної оцінки землі оформляється у вигляді Звіту про оцінку, який є офіційним документом, відповідає вимогам чинного законодавства України, та має повну юридичну силу. Звіт про оцінку землі, підготовлений фахівцями дозволяє бути впевненим в захищеності майнових інтересів в рамках цієї дії (правочину), яка планується із земельною ділянкою. Можна узагальнити і визначити чи підрахувати приблизну суму шкоди завданої бойовими діями у країні. Та для цього потрібна достовірна облікова інформація багатьох служб, які на даний час не мають змоги надати такі дані.

На часі важливим пріоритетом є збереження і раціональне відновлення земельних ресурсів, які зазнають негативного і нищівного впливу в процесі воєнних дій на території України. Раціональне збереження і використання земельних ресурсів буде сприяти стабілізації земельного фонду нашої держави, відновленню родючості та забезпеченню рівноваги навколишнього середовища.

### Список використаних джерел:

1. Земельний кодекс України стаття 79-1. від 25 жовтня 2001 року. URL. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2768-14>
2. Паньків З. Земельні ресурси: Навчальний посібник. – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2008.-272с.
3. Закон України "Про оцінку впливу на довкілля". URL. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2059-19>
4. Івасько І. Забезпечення ресурсозбереження в аграрному секторі економіки України шляхом застосування податкових механізмів // Формування ринкової економіки: зб. наук. Пр. К: КНЕУ, 2014. С
5. Закон України від 11.12. №1378-IV "Про оцінку земель". URL. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1378-15>
6. Податковий кодекс України від 02.12.2010 №2755-VI. URL. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
7. Закон про охорону земель. Закон України від 19.06.2003 №962-IV. URL. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/962-15>

**Natalia Hapon, Volodymer Shvets**

*Ivano Franko National University of Lviv*

### ASSESSMENT OF THE AMOUNT OF DAMAGE CAUSED TO LAND ASSETS OF UKRAINE

Land occupies a special place of material conditions for life and productive activities of the population. Military action deals a devastating blow not only to land assets but also to the state's economy. The amount of damage to the environment will be calculated by authorized persons exercising state supervision.

*Keywords:* Rating, assets, code, information, preservation.

Анастасія Гаркот, Юлія Гнатів

Львівський національний університет імені Івана Франка  
ganastasia2303@gmail.com, gnativ.y.21@gmail.com

## ДОСЛІДЖЕННЯ ДИНАМІКИ ДІЛОВИХ ОЧІКУВАНЬ БІЗНЕСУ ЩОДО ОБСЯГІВ ПРОДАЖІВ (ОБОРОТУ) РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

Аналіз ділових очікувань підприємств є важливим для формування стратегічних пріоритетів компаній, розуміння ринкового середовища і бізнес-циклів, здійснення регуляторної політики, розроблення інструментів стимулювання бізнесу, економічного прогнозування. Джерелом інформації для такого аналізу є статистичні спостереження за діловими очікуваннями підприємств, які в Україні запроваджено нещодавно (див. [1]) в рамках реалізації євроінтеграційного курсу і згідно з методологічними підходами до обстеження тенденцій ділової активності бізнесу та споживання, затвердженими в Європейському Союзі.

З точки зору забезпечення стабільності споживчих ринків та з урахуванням їх соціального значення—визначення очікувань підприємств щодо змін обороту роздрібною торгівлю набуває вагомого значення. **Актуальність** уваги до цього питання зумовлена нестабільним середовищем функціонування роздрібною торгівлю та необхідністю визначення реакції суб'єктів ринку на вплив зовнішнього середовища для знаходження способів пристосування до нього.

**Метою** нашого дослідження є виявлення тенденцій зміни очікувань економічних суб'єктів для обраних підгалузей торгівлі. **Завдання дослідження** - проаналізувати статистичні дані очікувань підприємств щодо перспектив розвитку їх ділової активності за весь період спостереження, визначити фактори, що могли на них вплинути, скласти висновки. **Предметом дослідження** є динаміка показника очікувань підприємств щодо зміни обсягу продажу (обороту) в роздрібною торгівлю в наступні (найближчі) три місяці як одного з компонентів індикатора ділової впевненості підприємств роздрібною торгівлю (див. [1], с. 14). **Об'єктом дослідження** обрано підгалузі торгівлі, що представляють для нас особливий інтерес: 45.1 «Торгівля автотранспортними засобами», 47.1 «Роздрібною торгівлю в неспеціалізованих магазинах», 47.2 «Роздрібною торгівлю продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами в спеціалізованих магазинах», 47.8 «Роздрібною торгівлю з лотків і на ринках» за Класифікацією видів економічної діяльності, які охоплюють продажі автотранспортних засобів, продуктів харчування, напоїв та тютюнових виробів.

На рисунку 1 представлено цикли, що відображають очікування підприємств стосовно зміни обсягу продажу (обороту) в роздрібною торгівлю в наступні (найближчі) три місяці, виміряні відповідно до методики [1] як баланс позитивних і негативних прогнозів. Порівнюючи з іншими видами економічної діяльності, можна відзначити, що протягом 2015-го року вони були найбільш песимістичними щодо торгівлі автотранспортними засобами. Значення очікувань від'ємні протягом чотирьох кварталів, тобто більшість підприємств впевнені в зменшенні обсягу продажів автотранспортними засобами. Такі негативні очікування в той час можна пояснити політичною ситуацією, що склалася в країні. Крім того, кількість підприємств роздрібною торгівлю автотранспортними засобами зменшилася на 16% [2], оскільки багато з них були розміщені на тимчасово окупованих територіях.



Рис. 1. Очікувані зміни обсягу продажу (обороту) в роздрібною торгівлю протягом 2015-2021 рр.

Джерело: складено авторами за даними [2]

Очікування в 2016 році дещо покращилися, зокрема в II кварталі сподівання щодо зростання обсягів продажу транспортними засобами на 6% перевищували очікування щодо зменшення. Ймовірно, таку зміну зумовила очікування ухвали Кабінетом Міністрів України постанови, згідно з якою мали спроститися умови продажу вживаних авто торговельними підприємствами.

У 2017 році протягом трьох кварталів очікувалися зростання обсягів продажів. Найбільш позитивні очікування можемо спостерігати у 2018 році, зокрема в II кварталі (+45%). Однією з причин таких змін може бути зростання капітальних інвестицій в роздрібною торгівлю автотранспортними засобами у 2018 році більш ніж удвічі. Проте різко змінюються очікування щодо торгівлі транспортними засобами у 2020 році, а саме, в II кварталі (-76%). Зрозуміло, що причиною такого песимістичного настрою підприємств стала пандемія Covid-19. Проте, як бачимо на рисунку, підприємці адаптувалися до нових умов, і вже в I (1%) та II (4%) кварталах 2021 року, очікування щодо торгівлі транспортними засобами покращилися.

Протягом періоду спостережень бачимо, що очікування підприємств торгівлі автотранспортними засобами значно коливаються, що в основному зумовлено негативним впливом військових дій на Сході України та карантинними обмеженнями внаслідок пандемії Covid-19. Зрозуміло, що в 2022 році значно знизиться купівельна спроможність споживачів, обсяг доходів за різними оцінками зменшиться від 50 до 25% [3]. Як наслідок, підприємства роздрібною торгівлю очікуватимуть різке скорочення обсягів продажу, особливо це стосується автотранспортних засобів, оскільки сьогодні вони не є пріоритетними для споживачів. Згідно з даними Міністерства економіки України, внаслідок бойових дій на даний час втрачено 200 тисяч автомобілів [4]. Разом з тим відсутність можливості придбати автотранспортні засоби не відміняє зростання попиту на них, а при стабілізації ситуації в майбутньому - покращення очікувань щодо обсягів продажу в даному виді торговельної діяльності.

Що стосується очікувань підприємств щодо продажу продуктів харчування, напоїв та тютюнових виробів, то у I-IV кварталах 2015 року були досить низькі, а у першому кварталі спостерігалось найнижче значення протягом досліджуваного періоду. Такі показники зумовлені, безсумнівно, вторгненням росії у 2014 році на територію Донбасу та захопленням Криму. За даними Держстату,

на окупованих територіях проживало 12% українських курців, що зумовило зменшення очікувань щодо споживання тютюнових виробів, а також 18,8% загального населення України, що споживали продукти харчування [2].

Деяко більш позитивна динаміка спостерігалась у 2016 році. Зокрема, починаючи з другого кварталу очікування щодо збільшення обсягу продажу перевищували зменшення: у II кварталі на 28%, у III кварталі на 15%, у IV кварталі на 3%. У 2017 році зростаючі позитивні очікування спостерігались у III кварталі.

Цікавою була ситуація в 2019 році, зокрема в III кварталі, коли очікування щодо збільшення обсягів продажу перевищували зменшення у більш ніж три рази, а у II кварталі у 2,5 рази. Така ситуація була несподіваною, порівняно з першим кварталом, але цілком зрозумілою. У 2020 році очікування щодо збільшення обсягів продажу перевищували зменшення у III і IV кварталі на 15% і 1% відповідно. Причиною негативної динаміки у перших кварталах 2020 року можна вважати початок пандемії Covid-19 і песимістичні настрої населення щодо можливої нестачі продуктів в майбутньому та створення запасів продуктів щоденного вжитку.

Аналізуючи кожен рік з 2015 до 2021 років можна спостерігати певну тенденцію, яка проявляється в тому, що перший квартал кожного року характеризується від'ємним значенням балансу прогнозних оцінок, які рухаються в позитивному напрямку, досягаючи найбільш позитивних значень у III кварталі. На нашу думку, це можна пояснити тим, що третій квартал - це період збору врожаю (липень-вересень), коли населення здійснює підготовку до зимового періоду, розуміючи, що ціни тоді будуть вищі, саме тому у першому кварталі негативні очікування будуть домінувати над позитивними. Тоді вже в другому кварталі поступово покращуються очікування щодо збільшення обсягів продажу.

На жаль, ми живемо зараз в час війни, і хоча дані за 2022 рік на даний час відсутні, за нашими спостереженнями, підприємці очікують різке зменшення обсягів продажів. Варто зауважити, що на даний час споживачі в Україні більше стурбовані наявністю товарів та їхньою доступністю, ніж асортиментом, отже, торгівельним підприємствам доведеться пристосовуватися до таких вимог клієнтів та змінювати спосіб роботи.

#### *Список використаних джерел:*

1. Методика розрахунку індикаторів ділових очікувань згідно з вимогами розширеного спеціального стандарту поширення даних Міжнародного валютного фонду. Затверджено наказом Державної служби статистики України від 30.12.2014 № 411. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 15.02.2022).
2. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 14.05.2022).
3. Заражевська С. Як війна зменшить доходи українців у 2022 році. URL: <https://forbes.ua/inside/nazad-u-90-ti-ekonomika-ukraini-mozhe-vtratiti-do-50-chi-oznachaє-tse-shcho-ukraintsi-zbidniyut-vdvichi-29042022-5740> (дата звернення: 14.05.2022).
4. Міністерство економіки України. URL: <https://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA> (дата звернення: 14.05.2022).

**Harkot Anastasia, Gnativ Yulia**

*Ivan Franko National University of Lviv*

*ganastasia2303@gmail.com, gnativ.y.21@gmail.com*

#### **DYNAMICS OF BUSINESS EXPECTATIONS ON RETAIL SALES IN UKRAINE**

The aim of the study is to identify the trend of changing expectations of retailers in terms of sales of motor vehicles, food, beverages and tobacco. The importance of this study is due to the unstable environment of retail trade and the need to determine the impact of the external environment to find ways to adapt enterprises to new conditions

*Keywords:* business expectations, sales volume (turnover), business confidence indicator, retail trade.

Дарина Генько

Львівський національний університет імені Івана Франка  
genkodarina@gmail.com

## УКРАЇНСЬКИЙ РИНОК ПРАЦІ У ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ 2020-2021

Світова пандемія у лютому – березні 2021, спричинена Covid-19, стала причиною численних змін у світовому устрої, зокрема на ринку праці. Актуальність цієї теми обумовлена наслідками пандемії, які людство може відчувати і сьогодні. Важливою проблемою стало стихійне закриття підприємств, скорочення працівників, закриття закладів освіти, культури, розважальних закладів. Криза, пов'язана з необхідністю охорони здоров'я, стала причиною світової економічної кризи, яка не оминула й України.

Відповідно до статистичних даних, наданих Державною службою статистики України кількість безробітного населення (за методологією МОП) у віці 15-70 років у 2021 році становила 1.7 млн осіб, тоді як у 2019 кількість безробітних становив майже 1.5 млн осіб. Рівень безробіття (за методологією МОП) у 2021 становив 9.8%, а показники 2019 року свідчать, що рівень безробіття становив 8.2% робочої сили. [1] Відповідно до цих даних спостерігається тенденція до підвищення рівня безробіття унаслідок пандемії. «Безробіття повне або приховане супроводжується втратою доходів і засобів до існування. За офіційними даними у зв'язку зі зростанням безробіття у 2 кварталі 2020 року знизився реальний наявний дохід населення на 7,3 % (у % до відповідного кварталу попереднього року)». [3]

У серпні 2020 року Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України оприлюднило бачення постпандемічного розвитку України у 2020-2024 роках. Відповідно до нього спостерігається більше негативних наслідків пандемії, ніж у країнах Європи. Також варто зауважити, що у зв'язку з глибоким падінням економіки зростатиме рівень безробіття та дещо скорочуватимуться заробітні плати. Так, до 2024 року очікується, що мінімальний рівень безробіття становитиме 7.2%, а максимальний може сягнути 9.9%. Щодо заробітної плати, то до 2024 р. мінімальна середня заробітна плата становитиме 11 500 грн, а максимальна 18 923 грн. [5, с. 48].

Як бачимо, основними негативними наслідками пандемії на ринку праці є зростання рівня безробіття, зниження рівня заробітних плат, неможливість функціонування окремих сфер бізнесу в звичному режимі, погіршення економічних показників країни у порівнянні з світовими. Проте пандемія внесла і позитивні корективи у працевлаштування та роботу населення, зокрема відбувся перехід деяких сфер бізнесу в онлайн, що дозволило українським підприємствам прискорити автоматизацію та налаштувати алгоритми делегування, також відбулася популяризація, не таких затребуваних раніше, професій, як кризовий менеджер, крипто трейдери, експерти з цифрової трансформації, тощо.

Основними тенденціями на ринку праці у наступні декілька років будуть:

1. Децентралізація і розсіювання глобальної робочої сили. Тобто перехід більшості підприємств у робочий онлайн режим, що дозволить працівникам бути «мобільними» і не бути прив'язаними до місця роботи.

2. Прискорення цифрової трансформації робочих місць. Генеральний директор Microsoft у своєму висловлюванні стверджував, що упродовж двох перших місяців пандемії відбулась цифрова трансформація об'ємом у два роки. Враховуючи наявні дані, то працівникам доведеться проходити різного роду тренінги для підтримання цифрової трансформації та пришвидшення цього процесу.

3. Популяризація гібридного графіку роботи. Тобто працівники будуть очно відвідувати місце роботи лише декілька разів на тиждень, в інший же час працюватимуть віддалено. [1]

4. «Міленіали: нові люди. Уже у 2025 році 75% робочої сили будуть складати міленіали. Це люди з цінностями, яких не мотивують гроші, їм дуже потрібна свобода і гнучкість замість стабільності, а також покликання аби зростати та реалізовуватися. Роботодавцю обов'язково необхідно працювати з їх покликанням, давати відчуття залученості, можливості для розвитку, а також щедро винагороджувати.» [3]

Незважаючи на суттєві зміни на ринку праці, ситуація і надалі залишається непрогнозованою. Якщо навесні – влітку 2021 року спостерігалось значне покращення епідеміологічної ситуації і ринок праці ставав стабільніший, то осінь 2021 року принесла нові карантинні обмеження і унеможливила подальше стратегічне прогнозування ситуації. Такі коливання приносять значних збитків малому і середньому бізнесу, а саме: сфері громадського харчування, туризму, сфері обслуговування, тощо.

Для того, щоб подолати кризове становище на ринку праці, підприємствам варто звернути увагу на два основних аспекти: свою здатність забезпечити доступ працівників до цифрових технологій і побудову алгоритму ефективної взаємодії працівників на підприємстві. Відповідно до даних, які надає Державна служба статистики України щодо використання мережі Інтернет на підприємствах, то у 2021 році 84,5 % від загальної кількості малих підприємств мають доступ до мережі Інтернет. Щодо середнього бізнесу, то цей показник становить 93,8% і 94,5% великих компаній, які мають більше 250 співробітників. [4] Беручи до уваги такі дані, можна сказати, що цифровізація підприємств проходить досить успішно і основні зусилля підприємствам варто зосередити на другому аспекті.

Отже, сучасний український ринок праці зазнав значного падіння та кризи унаслідок світової пандемії, спричиненої Covid-19, а для її подолання підприємства повинні налагодити цифровий розвиток своїх компаній і працівників та їх взаємодію. Також слід зазначити, що пандемія принесла не тільки збитки, а і позитивні наслідки, такі як збільшення кількості вакансій для дистанційної роботи, розвиток підприємств у нових сферах, а також популяризація раніше незатребуваних професій.

*Список використаних джерел:*

1. Баланюк Ю. Тенденції ринку праці//Українська правда. URL: <https://www.pravda.com.ua/columns/2021/05/15/7293523/>;
2. Демографічна та соціальна статистика. Ринок праці. Зайнятість та безробіття. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> ;
3. Ринок праці України: сьогодення і тенденції майбутнього. URL: <https://eba.com.ua/rynok-pratsi-ukrayiny-sogodennya-i-tendentsiyi-majbutnogo/> ;
4. Статистичний щорічник України. 2020: стат. зб. / Держ. комітет статистики України. Київ, 2021. С. 381–383.;
5. Україна: вплив COVID-19 на економіку і суспільство (бачення постпандемічного розвитку у 2020-2024 рр. очима експертів та молоді). Консенсус-Прогноз. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. 2020. № 52. С. 48.;
6. Шамілева, Л. Л.; Хандій, О. О. Зміни ринку праці під впливом карантинних обмежень. 2020.

**Daryna Henko**

*Lviv National University of Ivan Franko*

**UKRAINIAN LABOR MARKET DURING THE PANDEMIC 2020-2021**

Pandemic created not only health crisis, but economic. In the article, main aspects of Ukrainian labor market during the pandemic 2020-2021 are considered. The biggest impact of the pandemic was on sectors of the economy such as transport, hotels and restaurants, manufacturing and small business Presented future trends for labor market. Positive and negative consequences of pandemic for labor market also are mentioned. One of the ways of exit from the crisis on the Ukrainian labor market is described.

*Keywords:* Ukrainian labor market, pandemic, economic crisis, employment, unemployment, COVID-19.



Дарина Генько

Львівський національний університет імені Івана Франка  
genkodarina@gmail.com

## ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ НА РИНКУ ТОВАРІВ ПРОМИСЛОВОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

Цифровий маркетинг широко використовується для просування товарів кінцевого споживання, але його потенціал при використанні на промисловому ринку в Україні є недооцінений. Актуальність цієї теми обумовлена стрімкою глобалізацією та діджиталізацією, скороченням бюджетів підприємств на маркетингові витрати. Сьогодні цифровий маркетинг дає можливість промисловим підприємствам вийти на новий щабель розвитку і ефективно використовувати всі свої ресурси. Також про актуальність та важливість цієї теми свідчить чимала кількість праць українських та зарубіжних вчених, присвячених темі цифрового маркетингу та його використання на ринку товарів промислового призначення, зокрема - Ф. Котлера, Е. Кінга, Г. Катараджаї, Г. Армстронга, Д. Белла, Г. Васильєва, Дж. Райта, М. Хейга, О. Романенко, М. Окландера, В. Рубана, С. Путилової та ін.

У сучасній літературі є досить багато визначень цифрового маркетингу, зокрема М.А. Окландер та О.О. Романенко вважають, що «цифровий маркетинг – це вид маркетингової діяльності, що за цифровими каналами та цифровими методами дає змогу адресно взаємодіяти з цільовими сегментами ринку у віртуальному та реальному середовищах» [2, с. 366]. Янковець Т.М. стверджує, що «цифровий маркетинг - маркетингова діяльність компанії з використанням цифрових технологій, методів, інструментів, а також традиційних медіа, що дозволяє за рахунок присутності водночас в онлайн та офлайн середовищах та інтерактивної взаємодії зі споживачем розробляти адресні пропозиції з метою збільшення капіталу та сили бренда, продажів, прибутку, прибутковості та підвищення вартості бренда» [4, с. 92].

Беручи до уваги визначення цифрового маркетингу, можна визначити основні відмінності між цифровим маркетингом та традиційним, а також переваги цифрового маркетингу. Перш за все, різниця полягає у можливостях. Цифровий маркетинг дає можливість охоплювати аудиторію по всьому світу, тоді як традиційний маркетинг працює локально. Також різниця є і у витратах на ці види маркетингу: цифровий маркетинг є дешевшим, адже налічує низку інструментів (веб-сайти, соціальні мережі, Інтернет загалом, тощо), які є безкоштовними, хоча, крім того, є і платні інструменти, наприклад пошукова оптимізація, контекстна реклама, SMM, SEM, таргетинг, ретаргетинг, email-маркетинг, вірусний маркетинг, партнерський маркетинг, POS-термінали, мобільний маркетинг, тощо. Ще одна відмінність полягає у витратах часу: при використанні традиційного маркетингу підприємства повинні чекати на результати досліджень, звіти та витрачати час на зміну стратегій та тактик, тоді як цифровий маркетинг забезпечує це все у режимі реального часу і дає можливість швидко адаптуватися на ринку.

Поруч із перевагами звичайно існують і недоліки цифрового маркетингу, а саме: інформаційне перевантаження користувачів мережі Інтернет, висока конкуренція, недовіра користувачів Інтернет до якості товару, можливість витіку конфіденційної інформації під час укладання угоди купівлі-продажу та дорога вартість низькочастотних (спеціалізованих) запитів при SEO оптимізації для промислових сайтів. Саме тому, говорячи про ринок товарів промислового призначення, варто застосовувати мікс обох видів маркетингу, оскільки цільова аудиторія на такому ринку є досить специфічна і вузька.

Найбільш використовуваними інструментами цифрового маркетингу в Україні є SEO оптимізація, застосування контекстної реклами, таргетинг та ретаргетинг, email-маркетинг та соціальні мережі. Кожен з цих інструментів має свої особливості при застосуванні на ринку товарів промислового призначення. До прикладу, SEO оптимізація промислового сайту спрямована одразу на декількох людей, оскільки на промисловому ринку рішення про закупівлі приймає не одна людина, а також потрібен акцент на низькочастотні запити, оскільки це приваблює цільову аудиторію та підкреслює професійний рівень підприємства. Щодо email-маркетингу, то увага звертається на індивідуальний підхід, стислість та лаконічність. Тема листа має бути короткою та «продавати», це збільшує шанси на укладання угоди купівлі-продажу. Соціальні мережі створюють імідж компанії та дають можливість споживачам поділитись враженнями від угоди.

Наведені інструменти досить часто використовуються українськими промисловими підприємствами для просування своїх товарів, а про їх ефективність свідчать статистичні дані Державної служби статистики України та дослідження Ukraine's eCommerce Digital Marketing. Зокрема дослідження показало, що найбільш ефективними інструментами цифрового маркетингу для українського ринку є платна пошукова реклама (82,4%), пошукова оптимізація (76,5%), контекстно-медійна реклама (52,9%). Найменш ефективними виявились банерна реклама (17,6%), email-маркетинг (15,2%) та тизерна реклама (6,2%) [1]. Державна служба статистики також надала дані про використання інформаційно-комунікаційних технологій на промислових підприємствах та про електронну торгівлю на ринку промислових товарів. Відповідно до цих даних більшість промислових підприємств України мають доступ до мережі Інтернет, близько 35% мають веб-сайт (цей показник змінюється у залежності від величини підприємства), а також середня частка промислової продукції реалізованої шляхом електронної комерції у 2020 році становить всього 5%, але спостерігається тенденція до зростання даного показника [3, с. 382].

Отже, цифровий маркетинг досить швидко розвивається на теренах України, хоча на ринку товарів промислового призначення ще не набув значного поширення. Варто також зазначити, що український промисловий ринок – перспективний «майданчик» для впровадження нових стратегій цифрового маркетингу та популяризації електронної комерції.

*Список використаних джерел:*

1. Дослідження Ukraine's eCommerce Digital Marketing//Plerdy - CRO&SEO платформа. URL: <https://www.plerdy.com> (Дата звернення: 11.04.2022).
2. Окландер М. А., Романенко О.О. Специфічні відмінності цифрового маркетингу від Інтернет-маркетингу. Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». Київ, 2015. С. 362–371.
3. Статистичний щорічник України. 2020: стат. зб. / Держ. Комітет статистики України. Київ, 2021. С. 381–383.
4. Янковець Т.М. Цифрові технології підвищення вартості брендів. Вісник КНТЕУ. № 4 (126), 2019. С. 85-100.

**Daryna Henko**

*Lviv National University of Ivan Franko*

DIGITAL MARKETING FOR THE MARKET OF INDUSTRIAL GOODS

*Summary.* In the article, main features of use of digital marketing for the Ukrainian market of industrial goods are considered. Presented the importance of digital marketing using at the industrial enterprises. The basic instruments of digital marketing are mentioned and efficiency of them are described to improve level of communication policy at Ukrainian industrial companies. The main differences between traditional marketing and digital marketing are highlighted.

*Keywords:* Digital marketing, Industrial enterprise, advertising, digital tools, Ukrainian industrial market.

**Леся Сенік, Марина Герасимчук**  
*Львівський національний університет ім. Івана Франка*  
*lesya.senyk@gmail.com, gerasimchukmarina67@gmail.com*  
**ТРАНСПОРТНА ЛОГІСТИКА ПЕРЕВЕЗЕНЬ**

Логістика – наука, яка визначає, правильність виконання організаційних заходів, і забезпечення різних систем потрібними ресурсами. Існує кілька видів логістики, один з яких транспортна.

Термін транспортна логістика включає весь процес робіт, від прийняття рішення на транспортування до моменту, доставки вантажу одержувачу. Роблячи замовлення на міжнародне перевезення в логістичній компанії клієнт отримує:

- створення оптимального маршруту доставки
- конкурентні ціну за проведену роботу
- страхування вантажу
- консультації в області перевезення

Логістика транспортного процесу включає оптимальне керування транспортними потоками, під якими мається на увазі не тільки управління рухом навантажених і порожніх транспортних засобів, а й управління різного роду організаційними і технологічними процесами, як-от: концентрація вантажопотоків, план формування поїздів, взаємодія різних видів транспорту в вузлах і ін.

Логістика транспортного процесу охоплює і управління вантажно-розвантажувальними операціями, що відносяться до перевізної діяльності, яке включає в себе прийняття оптимальних рішень щодо навантаження і розвантаження вантажів у від правників і одержувачів, управління пере валкою вантажів з одного виду транспорту на інший на залізничних станціях і складах, у портах і терміналах, розташованих на шляху прямування транспортних потоків. У сферу управління вантажно-розвантажувальними операціями входять рішення і по перестановці вагонів з однієї колії на іншу на прикордонних пере ходах, зважування навантажених вагонів та автомобілів.

Транспортна логістика, пов'язуючи транспортні і експедиційні операції в одну специфічну сферу застосування логістики, з одного боку, ускладнює роботу з вибору оптимальних рішень, а з іншого боку, збільшує кількість альтернативних варіантів вибору. Балансування альтернатив може компенсувати зростання витрат на одні операції за рахунок збільшення доходів від виконання інших операцій, у результаті загалом вииграє вся логістична система.

Отже, в загальному сенсі під транспортною логістикою розуміється наукова організація управління потоками вантажів і пасажирів, транспортних засобів і вантажно-розвантажувальними операціями, пов'язаними з перевезеннями, основною і посередницькою експедиційною діяльністю, як всередині самої транспортної галузі, так і у взаємодії з підприємствами суміжниками, що функціонують в ланцюзі руху товарів на основі принципів системності, координації та економічних компромісів.

*Список використаних джерел:*

1. Транспортна логістика. Підручник / За заг. ред. Л.Б. Миротина. - 2-е вид., Стереотип. - М.: Видавництво «Іспит», 2005, - 513 с.
2. Григорак М.Ю. Логістична інфраструктура: навч. посібник / М.Ю. Григорак, Л.В. Костюченко, О.Є. Соколова. – К.: Логос, 2013. – 400 с.
3. Крикавський Є.В. Логістичне управління: Підручник. – Видавництво НУ «Львівська політехніка», 2005. – 684 с

**Senyk Lesya Yaroslavivna, Gerasymchuk Marina Nikolaevna**  
*Ivan Franko National University of Lviv*  
*lesya.senyk@gmail.com, gerasimchukmarina67@gmail.com*  
**TRANSPORT LOGISTICS OF TRANSPORTATION**

Transport logistics is a complex and interconnected solution of problems associated with the organization of transportation (movement) of goods, passengers and baggage, the most rational scheme for moving goods from the consignor to the consignee using one or more modes of transport.

*Keywords:* transport logistics, logistics, transport infrastructure, coordination of transport connection.

**Богдан Гирович**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*  
*girovichbogdan@gmail.com*

## **ПОРЯДОК НАРАХУВАННЯ ТА ВИПЛАТИ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ ПІД ЧАС ВІЙНИ**

Питання розрахунків зі заробітної плати на підприємстві є головною частиною соціально-трудова відносин працівників, роботодавців та держави, які мають великий вплив на трудові ресурси нашої країни. Практичні та теоретичні питання з розрахунків заробітної плати завжди привертують увагу науковців, законодавців, керівників організацій і найманих працівників. Заробітна плата є одним із найважливіших чинників ефективності підприємства, тому що від її розміру та своєчасної виплати залежить продуктивність праці, якість виконаної роботи і загалом задоволення працівників своїм положенням. Важливе значення має чітке проведення розрахунків з оплати праці на підприємстві також тому, що заробітна плата, як один з основних доходів населення, є базою для утримання податку на доходи фізичних осіб, військового збору та нарахування єдиного соціального внеску. Дослідження порядку розрахунків зі заробітної плати потребує немалих зусиль та уваги.

Заробітна плата є надважливим елементом трудових відносин між працівником та роботодавцем, тож будь-які її зміни потребують особливої уваги. Законодавчо оплата праці регулюється Кодексом законів про працю України, Законом України «Про оплату праці», а тепер і новим Законом України «Про організацію трудових відносин в умовах воєнного стану», який має тимчасову дію та втрапить чинність після припинення або скасування воєнного стану.

З початком воєнних дій в Україні та введенні воєнного стану змусили керівництво країни переглянути низку законодавчих документів, у тому числі і щодо залучення працівників до інших видів робіт, умов виплати заробітної плати, умов праці та відпочинку на даний період, що можливо тимчасово поставило значну частину працівників в досить скрутне становище[1].

Багато працівників залишили місця проживання, були мобілізовані або вступили до лав територіальної оборони, що вплинуло на процедуру нарахування та виплати заробітної плати.

Так, якщо працівника було мобілізовано, або якщо він став добровольцем територіальної оборони, окрім посади та робочого місця за таким працівником зберігається середня заробітна плата. Процедура нарахування заробітної плати для таких категорій працівників залишається незмінною - не рідше двох разів на місяць.

Працівники, які залишили територію бойових дій, але мають можливість виконувати свої трудові обов'язки віддалено, можуть продовжувати працювати за попередніми умовами оплати праці. В такому разі роботодавцю буде достатньо видати наказ про переведення працівника на дистанційну (надомну) форму роботи. З метою контролю у такому наказі також доречно одразу врегулювати всі умови віддаленої роботи[2].

Під час війни виникають певні складнощі з оплатою праці та відпрацюванням робочого часу працівником. Для регулювання цього процесу був прийнятий Закон України «Про організацію трудових відносин в умовах воєнного стану»[3].

До основних пунктів цього закону, які регулюють оплату праці можна віднести:

- заробітна плата виплачується працівнику на умовах, визначених трудовим договором;
- роботодавець повинен вживати всіх можливих заходів для забезпечення реалізації права працівників на своєчасне отримання заробітної плати;
- роботодавець звільняється від відповідальності за порушення зобов'язання щодо строків оплати праці, якщо доведе, що це порушення сталося внаслідок ведення бойових дій або дії інших обставин непереборної сили;
- у разі неможливості своєчасної виплати заробітної плати внаслідок ведення бойових дій, строк виплати заробітної плати може бути відтермінований до моменту відновлення діяльності підприємства[3].

Окрім цього, у випадку неможливості виплати заробітної плати у повному обсязі у Законі України «Про оплату праці» зазначено, що колективним договором, як виняток, може бути передбачено часткову виплату заробітної плати натурою (за цінами не вище собівартості) у розмірі, що не перевищує 30 % нарахованої за місяць, у тих галузях або за тими професіями, де така виплата, еквівалентна за вартістю оплати праці у грошовому виразі, є звичайною або бажаною для працівників, крім товарів, перелік яких встановлюється Кабінетом Міністрів України [4].

Що стосується діяльності працівників, які покинули своє місце роботи та мають можливість працювати, то вони можуть робити це у дистанційному форматі. В такому випадку працівник самостійно визначає робоче місце та несе відповідальність за забезпечення безпечних і нешкідливих умов праці на ньому. При дистанційній роботі працівник розподіляє робочий час на власний розсуд, на нього не поширюються правила внутрішнього трудового розпорядку, якщо інше не визначено трудовим договором. В такому випадку заробітна плата зберігається в повному обсязі і виплачується згідно умов договору.

Заключним етапом всього процесу оплати праці в умовах війни можна виділити пункт із Закону України «Про організацію трудових відносин в умовах воєнного стану», а саме: звільнення роботодавця від відповідальності за несвоєчасну оплату праці не звільняє його від обов'язку виплати заробітної плати[3].

Прийняття нових законів для регулювання трудових відносин, свідчить про покращення матеріального стану працівників у воєнний час на мирних територіях та в тих регіонах, де проходять активні бойові дії. Проте працівники з таких регіонів повинні розуміти, що виплати заробітної плати в таких умовах є малоймовірними. Незважаючи на війну, економіка повинна працювати і приносити доходи в бюджет, а податки, що утримуються зі заробітної плати працівників, є одним із джерел таких надходжень.

*Список використаних джерел:*

1. Гуренко Т.О., Облік оплати праці та трудові відносини у воєнний період. *Економіка та суспільство*. 2022. №36. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1153/1111>
2. Все про оплату праці під час війни: рекомендації роботодавцям. *ЛІГА: ЗАКОН БІЗНЕС*: веб-сайт. URL: <https://www.legalalliance.com.ua/publikacii/vse-pro-oplatu-praci-pid-cas-vijni-rekomendacii-robotodavcam/> (дата звернення: 12.05.2022)
3. Про організацію трудових відносин в умовах воєнного стану: Закон України від 15.03.2022 №2136-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2136-20#Text>
4. Про оплату праці : Закон України від 24.03.1995 р. № 108/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/108/95-%D0%B2%D1%80#Text>

**Hyrovych Bohdan**

*Ivan Franko National University of Lviv*

**PROCEDURE FOR ACCRUATION AND PAYMENT OF WAGES DURING THE WAR**

These theses show the range of problems that employers may face in wartime. Government intervention in these circumstances is appropriate, it aims to regulate the wage process, given the impact of the war, as well as the inability of many employers to pay. In addition, there are misunderstandings about how to pay salaries to those involved in the war. That is why a number of new laws have been passed.

*Keywords:* accounting; salary; employment contract; war; mobilized.

**Зоряна Глова**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*  
*zoriana.hlova03@gmail.com*

## **ОБҐРУНТУВАННЯ НАЙБІЛЬШ ЕФЕКТИВНИХ МЕТОДІВ МОТИВАЦІЇ, ПРИДАТНИХ ДЛЯ ВИКОРИСТАННЯ В ПРАКТИЦІ УПРАВЛІННЯ ВІТЧИЗНЯНИМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ**

1. Засоби покращення результатів роботи цілком співвідносяться з методами управління. За класичним підходом методи поділяють на три групи: (1) економічні, (2) адміністративні і організаційно-розпорядчі (3) соціально-психологічні. Ефективними є, перш за все, економічні (прямі) методи мотивації: різні форми та системи заробітної плати, премії за продуктивну працю і раціоналізацію, заохочувальні, компенсаційні та гарантійні виплати, доплата за стаж та сумлінну працю на підприємстві.

На другому місці за ефективністю – економічні (непрямі) методи мотивації: нагороди цінними подарунками, кредити на житло та придбання товарів, відшкодування витрат за користування житлом, транспортом, оплата навчання з відривом від виробництва тощо.

Крім того, вважаємо, що справляють позитивний вплив на мотивацію організаційно-виробничі методи (охорона праці, покращення умов праці, програми підвищення якості праці) та адміністративні методи (гнучкі робочі графіки, онлайн-виконання, сприяння творчим відпусткам), але це стосується лише окремих категорій працівників, тому що не завжди можливо їх запровадити.

Доповнюють та підсилюють мотивацію морально-психологічні методи: подяки, участь у системі оцінювання результатів праці, нагороди почесними відзнаками, проведення урочистих зібрань та соціальні (нематеріальні) методи мотивації: просування по службі, зміна соціального статусу працівника, участь у прийнятті рішень.

2. Попри зазначені загальні засади, у різних країнах сформувалися власні моделі винагород та заохочень і люди, відповідно орієнтовані на діючі шаблони. Японська модель мотивації будується з урахуванням трьох факторів: стаж роботи працівника, його вік та кваліфікацію. Виплата заробітної плати здійснюється за тарифною сіткою, за допомогою якої нараховується оклад як сума виплат по чотирьом розділам: за вік, за стаж, за кваліфікаційний розряд та результативність праці.

В основі американської моделі лежить орієнтація на досягнення успіху кожного індивідуума. Оплата праці здійснюється з урахуванням кваліфікації працівників, які досить часто мають змогу її підвищувати, після чого працівникові нараховується певна сума балів. Від набраної суми балів залежить розмір підвищення заробітної плати, яка переглядається один або два рази на рік.

Для англійської моделі характерними є дві форми оплати праці: грошова та акціонерна, тобто у вигляді акцій. Працівник може також вкласти свої власні кошти в акції, облігації чи інші цінні папери компанії і щомісячно окрім заробітної плати отримувати дивіденди чи відсотки. Ця система є досить ефективною, так як люди краще працюють для отримання власних більших прибутків, а отже, прибутки фірми також зростають.

Для французької моделі мотивації характерним є досить велике різноманіття економічних інструментів та методів. Заробітна плата нараховується за двома принципами: індивідуалізації (мають місце кваліфікація, якість виконання роботи, мобільність тощо) та індексації (враховується вартість життя). При цьому застосовують два підходи до оплати праці:

- За високу якість роботи працівникам окрім основної заробітної плати виплачують премії.
- Працівникам надають змогу брати участь в прибутках компанії, також можлива купівля акцій фірми.

Для шведської моделі, яку ще називають «соціалістичною», характерною є солідарна заробітна плата. Задля скорочення розриву між мінімальною та максимальною заробітною платою, плата за однакові види роботи є рівною. Тобто, на будь-якому підприємстві, незалежно від результатів його діяльності, працівники однакової кваліфікації, що виконують аналогічну роботу, отримують однакову заробітну плату. Це виключає можливість малоприбутковим підприємствам знижувати працівникам заробітну плату, що сприяє збільшенню їх рентабельності.

Німецька модель мотивації характеризується соціальною справедливістю і солідарністю. Держава створює рівні умови для всіх громадян, захищає безробітних, інвалідів, пенсіонерів тощо. На підприємствах поєднуються стимулювання праці з соціальними гарантіями.

Таким чином, основні особливості мотивації формуються під впливом реального соціального та економічного середовища, універсального механізму немає.

*Список використаних джерел:*

1. Sardak, Sergii. "Мотивація та стимулювання працівників вітчизняних підприємств." Україна: аспекти праці 6 (2008) [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://philarchive.org/archive/SAR-35>
2. Козаченко А.В. Зарубіжний досвід мотивації праці [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [http://www.elitarium.ru/2010/10/22/zarubezhnyjj\\_opyt\\_motivacii\\_truda.html](http://www.elitarium.ru/2010/10/22/zarubezhnyjj_opyt_motivacii_truda.html)

**Zoriana Hlova**

*Ivan Franko National University of Lviv*

## **SUBSTANTIATION OF THE MOST EFFECTIVE METHODS OF MOTIVATION, SUITABLE FOR USE IN THE PRACTICE OF MANAGEMENT OF DOMESTIC ORGANIZATIONS**

Theses are devoted to the substantiation of the most effective methods of motivation in the practice of enterprises. To do this, the authors made a list of effective methods of motivation based on the experience of domestic enterprises. The main features of motivation models in different social and economic environments are listed.

*Keywords:* motivation, enterprises, methods of motivation, motivation's model.

**Владислав Гнітецький**  
Львівський національний університет імені Івана Франка  
Gnmitetskiy.vlad@gmail.com

## ПРОБЛЕМИ МИТНОГО КОНТРОЛЮ В КОНТЕКСТІ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ

Система митного контролю слугує важливим інструментом забезпечення економічної безпеки держави в правовому та економічному контексті, що дає змогу гарантувати реалізацію національних інтересів української держави.

Митним Кодексом України визначено, що митний контроль, як самостійна економічна категорія, - це «сукупність заходів, що здійснюються з метою забезпечення додержання норм Кодексу, законів та інших нормативно-правових актів з питань митної справи, міжнародних договорів України, укладених у встановленому законом порядку» [1, ст. 4]. Дефініція поняття є місткою і близькою до тої, що визначена у Регламенті Європейського Парламенту і Ради (ЄС) №952/2013 від 9 жовтня 2013 року про встановлення Митного кодексу Союзу. Проте європейський документ містить більш розгорнуте трактування, яке деталізує сукупність операцій, які підлягають контролю з боку митних служб; відповідно, система митного контролю це «конкретні дії, які виконують митні органи для того, щоб забезпечити дотримання митного законодавства та іншого законодавства, що регулює прибуття, вибуття, транзит, переміщення, зберігання та кінцеве використання товарів, переміщуваних між митною територією Союзу та країнами або територіями, які не є частиною такої території, та перебування і переміщення на митній території Союзу товарів із третіх країн і товарів, поміщених під процедуру кінцевого використання» [2, с. 5].

Отже, митний контроль варто розглядати як складну систему взаємоузгоджених між собою управлінських рішень, прийняття і реалізація яких відбувається в контексті забезпечення дотримання законодавства під час руху товарів через митні кордони. Враховуючи євроінтеграційні процеси, такі заходи мають максимально сприяти спрощенню транскордонної торгівлі між європейськими державами та Україною. Проте існування певного рівня автономності національних економік спричиняє необхідність реалізації митного контролю як такого, що захищає саме національні інтереси, зокрема вітчизняного товаровиробника, бізнес-простір, а також забезпечує високий рівень економічної, фінансової безпеки держави.

Таким чином, ефективність митного контролю в значній мірі визначається рівнем відповідальності ставлення митних служб до вище окреслених завдань. Митний контроль є одним із видів контрольної діяльності, яку здійснюють митні служби при перетині товарів через кордони держави. Окрім митного, існують інші типи контролю, зокрема такі, як фітосанітарний, ветеринарно-санітарний контроль та контроль на харчову безпеку.

Важливим напрямом роботи в контексті протидії проблемам митного контролю в Україні та стандартизації механізмів контролю і аудиту відповідно до вимог європейського простору є автоматизація процесів. Застосування ІКТ у діяльності митних служб потенційно спроможне знизити рівень впливу людського фактору на здійснення митного контролю, створити умови, в яких корупційна стане не доцільною, а суб'єктивізм під час прийняття управлінського рішення не матиме вагомому впливу на результати митного контролю. Використання прогресивних технологій в ході реалізації митного контролю передбачає формування єдиного електронного простору, забезпечення якого дозволяє здійснювати відеоспостереження та відео-контроль, зчитувати номерні знаки, реалізовувати ваговий контроль та використовувати сучасні системи сканування. На цьому етапі повноцінно працює електронна система «єдине вікно» - система, яка дозволяє суб'єктами ЗЕД здійснювати всі види контролю в електронному форматі, а різним службам контролю - обмінюватися інформацією про товари, що переміщуються через кордон.

Переведення процедур митного контролю і аудиту в електронний формат є перспективним, особливо в контексті до тримання Україною євроінтеграційного вектора розвитку та стандартизації процедур митного контролю відповідно до європейських практик.

Інтеграція спричиняє багато бізнес-трансформацій в Україні. В рамках Програми ЄС з підтримки управління державними фінансами (EU4PFM) відбувається запровадження Україною режиму спільного транзиту (NCTS), Програми авторизованого економічного оператора (АЕО) та створення нових ІТ-інструментів управління митним контролем. Перевагами використання однієї транзитної декларації в межах Конвенції про процедуру спільного транзиту є:

- обмін митною інформацією з 35-ти країнами у режимі реального часу;
- зменшення затримок вантажів на кордоні через зростання ефективності здійснення аналізу ризиків та визначення переліку необхідних контрольних процедур щодо товарів ще до їх прибуття на митний кордон України;
- формування безпечних ланцюгів постачання товарів;
- надання суттєвих спрощень митних формальностей для підприємств з високим ступенем довіри;
- зменшення вартості митних процедур та загальне підвищення ефективності ведення бізнесу за рахунок економії часових та фінансових витрат [3].

Важливим аспектом прискорення процесів початку експлуатації режиму NCTS в Україні є реформування законодавчого, технічного і інституційного базису.

Основний документ, який відображає прогрес з реалізації АЕО програм у світі, – Компендіум, який видається Всесвітньою Митною Організацією.

Програми АЕО вже реалізовано у 84 країнах світу, ще 19 країн знаходяться в активній стадії впровадження, крім того, у світі вже укладено 74 угоди про взаємне визнання АЕО. За даними ЄС, понад 80% усіх митних оформлень у ньому здійснюються підприємствами із авторизацією АЕО [2].

Надання авторизації АЕО є знаковою подією, оскільки:

- засвідчує виконання Україною зобов'язань, які випливають з Угоди про асоціацію з ЄС;
- Україна стає частиною світової програми АЕО, до складу якої згідно з Компендіумом Всесвітньої митної організації щодо АЕО за 2020 рік входить 84 країни;
- дає можливість розпочати процедури з укладання міжнародних угод про взаємне визнання та побудови безпечних ланцюгів постачання товарів;
- змінюються форми співпраці «митниця-бізнес»: доброчесні підприємства, які належним чином організували свої внутрішні процедури, отримують переваги та спрощення, митниця може вивільнити свої ресурси для посилення контролю за ризиковими підприємствами;
- підвищується конкурентна привабливість українських підприємств, оскільки наявність у них авторизації АЕО є орієнтиром для іноземних контрагентів при укладанні угод [4].

Таким чином, недостатній розвиток інформаційного простору, неузгодженість положень законодавства, низька ефективність нормативно-правової бази в порівнянні із європейськими нормами, а також відсутність чи недоопрацьованість інформаційних продуктів, які б забезпечували обмін інформацією між інформаційними базами митних органів України, суб'єктами ЗЕД, а також міжнародними учасниками транскордонних відносин унеможливають активізацію інтеграційних процесів та стоять на заваді усунення проблем, які досі чинять негативний вплив на ефективність митного контролю в Україні.

*Список використаних джерел:*

1. Митний кодекс України від 13 березня 2012 р. Офіційний вісник України. 2012. № 32. Ст. 1175.
2. Про встановлення Митного кодексу Союзу: .Регламент Європейського Парламенту і Ради (ЄС) №952/2013 від 9 жовтня 2013 року. Офіційний вісник Європейського Союзу. 2013. L 269. С. 1
3. Всеукраїнський клуб АЕО. URL.: <https://www.facebook.com/clubAEO/>
4. Транзит без перешкод: як спростити торгівлю України та ЄС. URL.: <https://www.eurointegration.com.ua/experts/2021/06/30/7124859/>

**Vladislav Hnietetskyi**

*Ivan Franko National University of Lviv*

**PROBLEMS OF CUSTOMS CONTROL IN THE CONTEXT OF UKRAINE'S EUROPEAN INTEGRATION**

Customs control, as an independent economic category - is «a set of measures taken to ensure compliance with the Code, laws and other regulations on customs, international treaties of Ukraine, concluded in the manner prescribed by law».

*Keywords:* customs control, integration, foreign economic activity, logistics.

Юлія Гнатів

Львівський національний університет імені Івана Франка  
gnativ.y.21@gmail.com

## ВПЛИВ ВІЙНИ В УКРАЇНІ НА КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГУ КОМПАНІЙ НА КОНДИТЕРСЬКОМУ РИНКУ

Війна в Україні чинить значний вплив на соціально-економічний розвиток країни. Дані Управління Верховного комісара ООН у справах біженців свідчать, що від початку російського вторгнення з України виїхали понад 5,5 млн. осіб, а згідно з прогнозами Світового банку у 2022 році скорочення ВВП відбудеться на 45%. Такі чинники негативно впливатимуть на розвиток комплексу маркетингу усіх секторів економіки, у тому числі й кондитерського.

Кондитерський ринок є одним з найрозвинутіших та найпривабливіших в харчовій промисловості. Цей сегмент ринку характеризується високим рівнем конкуренції, насиченістю, присутністю великих іноземних компаній, що обумовлює широкий асортимент продукції. Зважаючи на високу конкуренцію в галузі малий бізнес часто не витримує боротьби і зникає з ринку, але є компанії, які вважаються лідерами в цьому сегменті і періодично потрапляють до світового рейтингу «Global Top Candy Companies» (у 2021 році вийшла корпорація «Roshen», компанія «Конті» та фабрика «Millenium»), що свідчить про високий рівень розвитку галузі.

Ф. Котлер визначив, що «комплекс маркетингу - це набір змінних чинників, які піддаються контролю, які фірма може використати, щоб сприяти бажаній відповідній реакції цільового ринку» [9, с. 109].

Комплекс маркетингу реалізується через чотири види маркетингової політики: товарну, цінову, розподільчу та комунікативну.

«Товарна політика – комплекс заходів спрямованих на орієнтацію виробництва на задоволення потреб і запитів споживачів і отримання на цій основі прибутку» [4, с. 119]. Включає формування товарного асортименту, розроблення нових товарів, забезпечення належного їх рівня якості та конкурентоспроможності.

Війна суттєво змінила споживачькі звички. Дослідження агентства «Gradus» у травні 2022 року свідчать, що «топ категорій покупок під час війни очолюють продукти харчування (58% респондентів позначили, що планують купувати товари цієї категорії). Що стосується вибору брендів, то 63% опитаних не звертають сьогодні увагу на бренди взагалі, а вибирають з того, що є в наявності. Ті, хто зважає на бренд хочуть підтримувати українських виробників» [7]. Структура виробництва підприємств кондитерського ринку зазнала змін, зокрема, у «корпорації «Roshen» сьогодні виробляють печиво, оскільки попит здебільшого на нього. Шоколад, карамель, цукерки майже не купують, тому є великі залишки» [8]. «Roshen» як лідер кондитерського ринку відображає загальні тенденції його розвитку, тому така ситуація є характерною для всього ринку. Споживачі не купують товари виробників «Ritter Sport» та «Chupa Chups», оскільки вони не покинули російський ринок. Також українці відмовляються від купівлі солодощів білоруського виробництва.

Вплив війни на цінову політику варто розглядати у взаємозв'язку з розподільчою. С. Гаркавенко зазначає, що «цінова політика – це комплекс заходів щодо визначення цінової стратегії і тактики, цін, умов оплати, варіювання цін залежно від позиції на ринку, стратегічних і тактичних цілей фірми» [2, с. 277].

Є. Майовець стверджує, що «розподільча політика спрямована на своєчасне без втрат і пошкоджень переміщення товару від виробника до споживача, яке відбувається через оптимізацію каналів розподілу маркетингової логістики, політику гуртової та роздрібно торгівлі, політику поставок складування та зберігання продукції» [5, с. 29].

Частка витрат на продукти харчування домогосподарств України становить 41,2%, а індекс цін останні три місяці показує надзвичайне зростання, що у порівнянні з відповідними показниками 2021 року є дуже великим значенням (рис. 1). Така динаміка супроводжує зменшення купівельної спроможності населення, а зважаючи на те, що частка витрат на кондитерські вироби з борошна та кондитерські вироби з цукру є низькою (1,7% і 1,3% відповідно), то споживання продукції кондитерського ринку вже сьогодні показує зменшення.

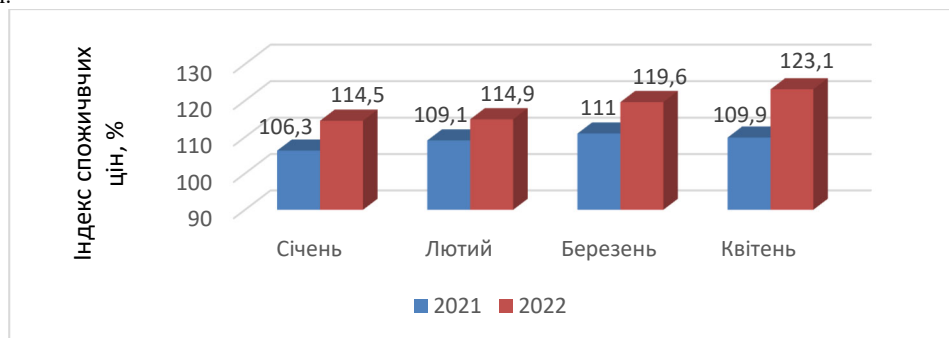


Рис. 1. Індекси споживчих цін на продукти харчування у 2021 і 2022 роках (до відповідного місяця попереднього року)

Джерело: [3]

Значно зросли ціни на енергоносії, газ, ускладнились логістичні ланцюжки, тому продукція доставляється об'їзними дорогами, що здорожує витрати на транспортування та збільшує ціни на продукцію. Відсутня можливість імпорту, адже порти Чорного моря заблоковані.

Кондитерський бізнес страждає не тільки у фінансовому плані, але й фізично. «Roshen» закрити дві фабрики – у Києві та Борисполі, дві працюють не на повні виробничі потужності. Обсяги продажу зменшилися більш ніж в 5 разів. Для покращення ситуації «Roshen» знову почали постачати продукцію в «АТБ», оскільки до війни співпраця була припинена. Не працюють магазини в Києві та Харкові. Фабрика кондитерського гіганта «Mondelez» на Сумщині була обстріляна, на ринку продукція продавалась під брендами «Корона», «Milka», «Ведмедик Барні», «TUC» та «Орео».

«Комунікаційна політика спрямована на доведення інформації про товар і підприємство до споживача і містить в собі низку заходів, таких як реклама, зв'язки із громадськістю, стимулювання збуту, спонсорство, виставки, прямиї маркетинг тощо» [6, с. 30].

Реклама є одним із найважливіших елементів комунікаційної політики. Війна принесла суттєві зміни у використанні засобів реклами та зміну їх ролі. За підсумками 2021 року ТБ-реклама займала найбільшу частку на рекламному ринку України і високі прогнози на 2022 рік порівняно з іншими засобами реклами. За весь час свого існування компанії кондитерського ринку транслювали



велику кількість відеороликів на телебаченні, зокрема: «Roshen» – 58 відеороликів; «АВК» – 80; «Конті» – 5; «Світоч» – 36; «Корона» – 33; «Любимов» – 9 [1].

Статистика у воєнний період показує, що глядачі негативно оцінюють телеканали, і це тоді, коли на телебаченні є виключно соціальна реклама. Війна принесла зміни і у використання зовнішньої реклами, оскільки вона сьогодні не оновлюється і залишається в малій кількості, також не використовується реклама на радіо та друкована реклама, не публікуються статті в газетах та журналах.

Суттєво змінився підхід кондитерського бізнесу до встановлення зв'язків з громадськістю. Сьогодні підприємства намагаються підтримувати населення, зокрема це проявляється в різного роду допомозі (передання готової продукції тимчасово переселеним особам, залишків зерна зі складів на випікання соціального хліба, дозвіл на зняття готівки в фірмових магазинах тощо).

Отже, декілька місяців з початку війни принесли суттєві зміни до елементів комплексу маркетингу кондитерського ринку, що відображається в негативних тенденціях функціонування бізнесу та зменшення купівельної спроможності населення.

*Список використаних джерел:*

1. Аналітика української ТВ реклами Aglod.tv. URL: <http://adlog.tv/rating.php?p=0> (дата звернення: 11.05.2022).
2. Гаркавенко С.С. Маркетинг. Київ: Лібра, 2002. 712 с.
3. Державна служба статистики. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 13.05.2022).
4. Ілляшенко С.М. Маркетингова товарна політика: Підручник. Суми: ВТД Університетська книга, 2005. 234 с.
5. Майовець Є.Й. Маркетинг: теорія та методологія: навч. посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2013. 450 с.
6. Сенишин О.С., Кривешко О.В. Маркетинг: навч. посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
7. Як змінилися життя та поведінка українців – інсайти із досліджень воєнного часу. URL: [https://gradus.app/documents/216/Gradus\\_Dentsu\\_05052022.pdf](https://gradus.app/documents/216/Gradus_Dentsu_05052022.pdf) (дата звернення: 11.05.2022).
8. Як постраждала від війни найбільша кондитерська компанія України Roshen. URL: <https://forbes.ua/inside/mi-namagaemos-vidtvoritisebe-yak-pratsyue-korporatsiya-roshen-pid-chas-viyni-17032022-4748> (дата звернення: 11.05.2022).
9. Kotler P. Principles of marketing. 2nd ed. Prentice Hall, 1999. 1036 p.

**Gnativ Yulia**

*Ivan Franko National University of Lviv*

*gnativ.y.21@gmail.com*

#### THE INFLUENCE OF THE WAR IN UKRAINE ON THE COMPANY MARKETING COMPLEX IN THE CONFECTIONERY MARKET

The analysis is aimed at identifying the impact of the war in Ukraine on the complex of marketing the confectionery market. The market is saturated, but today the demand for products is low, so since the beginning of the war the business has suffered heavy losses. Each element of the complex shows changes that are not very comforting. Trends point to high prices, changes in the structure of consumption in Ukraine and the formation of a completely different system of communication with consumers.

*Keywords:* marketing complex, elements of marketing complex, product, price, place, promotion, impact of the war, consumption.

**Юлія Гой**

Львівський національний університет імені Івана Франка

email: yulasa077@gmail.com

## ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ТА ЙОГО МОТИВАЦІЯ

В сучасних динамічних умовах поступово зростає інтерес до теорії і практики управління персоналом. Забезпечення підприємства висококваліфікованим персоналом безпосередньо впливає на його ефективну діяльність. Найкращих результатів досягають ті підприємства, які в повній мірі забезпечені якісною робочою силою. Управління персоналом є однією з головних функцій будь-якого підприємства, пов'язане з використанням можливостей працівників багаторазово підвищити його ефективність.

Проблеми підвищенню ефективності управління персоналом в умовах інноваційного розвитку приділяється велика увага фахівців-практиків, зокрема, цій проблемі присвячені дослідження багатьох вчених-економістів, серед яких: Гармаш С.В., Іляшенко С.М., Краснокутська Н.В., Маслак М.В., Пантелєєв М.С., Перерва П.Г., Посохов І.М., Шматько Н.М. та інші[1].

Використання системи ефективного управління персоналом дає можливість забезпечити стабільне функціонування підприємства, яке у теперішніх умовах цілком залежить від якості його основного ресурсу – кадрів. Відсутність знань й професійних навичок персоналу стає значною перешкодою на шляху до створення якісного потенціалу кадрів й забезпечення надійності діяльності підприємства.

Метою ефективного управління персоналом має бути максимальне збалансування інтересів підприємства з потребами і очікуваннями кожного працівника окремо та трудового колективу в цілому.

Існує чимало шляхів підвищення ефективності управління персоналом, основні з них наведені в табл. 1.

Таблиця 1

**Шляхи підвищення ефективності управління персоналом**

Рівні ефективності управління	Шляхи підвищення ефективності управління персоналом
Мінімальний Стан підприємства нестабільний, а його розвиток ускладнений.	- удосконалення системи матеріального і не матеріального стимулювання підвищення рівня організації праці; - підвищення професійного рівня співробітників шляхом визначення потреб у навчанні ; - дослідження причин плінності персоналу; - стимулювання ініціативності та творчого розвитку персоналу; - підвищення ефективності управління робочим часом; - удосконалення організаційної структури управління персоналом. - проведення заходів щодо виявлення оптимального шляху управління персоналом для досягнення оптимального рівня ефективності діяльності персоналу підприємства в наступних роках
Низький Підприємство має рівень, що значною мірою не відповідає умовам забезпечення ефективності діяльності персоналу.	- розробки нормативної та методичної кадрової документації; - упровадження заходів, спрямованих на встановлення чіткого взаємозв'язку між винагородою та результатами праці; - упровадження технології управління профорієнтацією та адаптацією (можливе створення системи наставництва); - упровадження методики ділової оцінки та атестації кадрів, побудови мотиваційного профілю кожного працівника
Середній Стан підприємства відносно стабільний.	-необхідність розроблення заходів (організаційних, мотиваційних) задля уникнення погіршення ситуації на підприємстві у тому числі побудови мотиваційного профілю кожного працівника.
Високий Стан підприємства постійно стабільний.	Необхідні заходи підтримки стабільності функціонування підприємства.
Максимальний Підприємство стабільно функціонує	Найвпевненіше управління персоналом не потребує розробки та впровадження додаткових заходів щодо мотиваційного та інформаційного забезпечення персоналу.

Джерело: розроблено автором на основі [3, 4].

Ще одним аспектом ефективного управління людськими ресурсами є правильна система мотивації праці. Варто зазначити, що мотивація праці є основним важелем підвищення продуктивності працівників, тобто мотивація бізнесу до більш ефективної діяльності.

Таблиця 2

**Мотивація праці**

Моральна	Матеріальна
Нагородження грамотами за значні досягнення	Покращення умов праці
Оприлюднення рейтингів робітників за результатами роботи	Забезпечення лікування та профілактики за кошти підприємства
Занесення подяки до трудової книги робітника	Страховання робітника
Дошки пошани з фото робітників, які досягли високих результатів в роботі	Виплата премії
Відкритість і постійний діалог керівництва з персоналом	Підвищення заробітної плати
Навчання	Пільги
Іменні подарунки	Надбавки та бонуси
Зручний графік роботи та надійне робоче місце	Надання підприємством путівок
Досягнення власних цілей	Соціальний пакет

Джерело: розроблено автором на основі [2,6].

Спираючись на погляди науковців щодо особливостей мотивації праці, слід виділити дві основні форми мотивування працівників до трудової діяльності, а саме: моральну і матеріальну (табл.1) [2].

Своєчасна та правильна мотивація персоналу має низку позитивних наслідків, а саме: підвищення результативності роботи персоналу, оперативне досягнення цілей підприємства, зниження плинності кадрів, покращення психологічного клімату, підвищення продуктивності, розвиток творчої ініціативи, формування та впровадження нових ідей, покращення командної роботи [5].

Всі ці та багато інших позитивних наслідків покращують діяльність підприємства, що в свою чергу збільшує його конкурентоспроможність.

Отже, дотримання вище зазначених пропозицій дозволить підвищити ефективність управління персоналом. Ефективно ж розроблена система мотивації персоналу, що складається з матеріальних і нематеріальних складових, дозволить підвищити ефективність підприємства та його конкурентоспроможність.

*Список використаних джерел:*

1. В. А. Кучинський. Складові ефективного управління підприємством і його персоналом в умовах інноваційного розвитку. Вісник НТУ. 2018.
2. М. П. Денисенко. Управління персоналу на підприємстві. Журнал Економічна наука. 2017. №7. С. 53 – 57.
3. Дудукало Г.О. Механізм забезпечення ефективності управління персоналом машинобудівних підприємств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук : спец. 08.00.04 . Дудукало Г. О. Київ, 2015. 20 с.
4. Семенов В.Ф. Інтегральна оцінка ефективності управління персоналом підприємств В. Ф. Семенов, Н. В. Нечева, Ю. В. Куліна. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2016. №5. С. 147–154.
5. Лещенко Л. О. Мотивація праці як фактор підвищення прибутковості виробництва . Л. О. Лещенко. Ефективна економіка. 2016. №4.
6. В. Б. Васюта. Мотивація праці персоналу на підприємстві в сучасних умовах господарювання. Електронний журнал "Ефективна економіка". 2016. №6.

**Yuliia Hoi**

*Ivan Franko National University of Lviv*

#### WAYS TO INCREASE THE EFFICIENCY OF PERSONNEL MANAGEMENT AND MOTIVATION

*Annotation:* In today's dynamic environment, growing interest in the theory and practice of personnel management. The use of effective personnel management makes it possible to ensure the stable operation of the enterprise, which in the current environment depends entirely on the quality of its main resource - personnel.

There are many ways to improve the efficiency of personnel management, for example: improving the efficiency of working time management, introduction of methods of business evaluation and certification of personnel, research on the causes of staff turnover and others.

Another aspect of effective human resource management is the right system of work motivation. Motivation of work is moral and material.

Finally, an effectively developed system of staff motivation, consisting of tangible and intangible components, will increase the competitiveness of the enterprise.

*Keywords:* personnel, motivation, management, enterprise, management efficiency, work, employment, staff motivation system, moral and material motivation, stability.

Діана Гонта

Львівський національний університет імені Івана Франка  
dianahonta15@gmail.com

## ПРОБЛЕМИ ОХОРОНИ КУЛЬТУРНИХ ЦІННОСТЕЙ УКРАЇНОЮ В УМОВАХ ВІЙНИ

Матеріальні об'єкти культурного надбання України є доказом існування українців (русинів), нації в цілому, є частиною світової культурної спадщини. Внаслідок цього вони підлягають реставрації, консервації та збереженню від пошкодження і захисту від викрадення та знищення. У мирні часи культурні цінності постійно стають предметами вчинення різних злочинів, наприклад, викрадення, контрабанди тощо.

Сьогодні об'єкти, які є культурними цінностями, зберігаються в музеях, галереях, заповідниках, архівах, наукових бібліотеках, приватних колекціях, інших закладах культури на всій території України, у тому числі на тимчасово окупованих територіях Криму, Донецької, Луганської областей тощо. Під час війни внаслідок збройної агресії РФ багато об'єктів періодично зазнають значних пошкоджень, викрадень, знищень.

Багато об'єктів культурної спадщини зберігаються в архівах Наукової бібліотеки [1], у фондах Археологічного музею Львівського національного університету ім. Івана Франка [2]. Тому, дослідити та зберегти багате культурне та історичне надбання Львівщини та України в цілому — одна з надважливих місій науковців і практиків у цій війні!

З початку ХХ ст. багато країн світу, у т.ч. й Україна прийняли низку документів про захист культурної спадщини під час воєнних збройних конфліктів. Основною серед них наразі є «Конвенція про захист культурних цінностей у випадках озброєного конфлікту» (Гаага, 14.05.1954). Держави, що ратифікували на своїй території цей документ, зобов'язуються утримуватися від нападів на культурні цінності, використання їх у воєнних цілях, спроб пограбування та руйнування. Україна ратифікувала «Конвенцію про захист культурних цінностей у випадку збройного конфлікту». Відповідно до статті 3 Конвенції договірні сторони зобов'язуються підготувати ще в мирний час охорону культурних цінностей, розташованих на їх власній території, від можливих наслідків збройного конфлікту, вживаючи заходів, які вони вважають необхідними [3].

*Заходами та охороною та збереження культурних цінностей є:*

– систематизація інформації про культурні цінності, включаючи мінімальну інформацію про кожен культурну цінність, що дозволяє однозначно її ідентифікувати, з обов'язковим фотографуванням і дублювання інформації на надійних різних засобах зберігання;

– заходи протипожежної безпеки в закладах культури, що зберігають культурні цінності;

– заходи захисту від викрадення, знищення чи пошкодження культурних цінностей;

– підготовки планів і забезпечення допоміжними матеріалами (захисні плівки, бокси, возики, мотузки, захисний одяг персоналу, драбини, тощо), необхідними для екстреної евакуації культурних цінностей першої черги (найцінніших) у разі виникнення пожежі чи інших загроз знищення чи пошкодження культурних цінностей;

– проведення періодичних навчальних тренувань з питань захисту культурних цінностей для працівників закладів культури, у тому числі з евакуації культурних цінностей;

– за можливості облаштування захисних споруд та інших засобів захисту закладів культури, що зберігають культурні цінності.

Навесні 2021 року Міністерстві культури та інформаційної політики України актуалізували «червоний список» - перелік музейних об'єктів, які підлягають першочерговій евакуації. Проте, на практиці реальна евакуація культурних цінностей зі Східних областей України так і не відбулася.

З аналізу повідомлень в офіційних джерелах бачимо, що за кілька днів до початку бойових дій музеї були не поінформовані, що робити у випадку воєнних дій на конкретних територіях. У Львові науковці та інші працівники музеїв пропонували розробити план евакуації та зберігання культурних цінностей, провести навчання для працівників закладів культури. Проте, голосування за прийняття таких рішень не відбулося вчасно.

З офіційних повідомлень переконались про те, що все таки деякі музеї України задалегідь вивезли свої найцінніші колекції на більш безпечні території, наприклад, в західні області. Так евакуацію своїх фондів здійснили установи Одеси, музеї Вінниці, Житомира, Сум, Чернігова, Маріупольський художній музей (вивіз роботи Куїнджі), Дніпровський історичний музей, Національний музей історії в Києві [4].

Міністерство культури та інформаційної політики України тісно співпрацює з ЮНЕСКО. Наприклад, надається консультація з таких питань:

- як правильно й безпечно зберігати об'єкти під час війни,

- безпечного маркування транспортних засобів, які евакуюють об'єкти культурної спадщини, міжнародним знаком «Блакитний щит»,

- як отримати статус посиленого захисту об'єктів тощо.

В охороні культурних цінностей України велику роль відіграють також науковці, активісти, громади міст, пам'ятко-охоронні музейні спільноти, громадські організації тощо. На початку березня 2022 року було створено Штаб порятунку спадщини, який координується ЮНЕСКО, Міжнародною радою музеїв, ICCROM та іншими міжнародними організаціями. Спільно з Національним музеєм Революції гідності вони створили інструкцію з «першої допомоги» для профільних установ. Крім того, штаб займається іншою діяльністю, що спрямована на сприяння порятунку культурної спадщини в умовах війни та її пост-кризовому відновленню.

За даними ЮНЕСКО, від початку війни Росії проти України (з 24.02.2022 р. до 1.04.2022 р.) вже зафіксовано пошкоджень щонайменше 53 об'єкти культури. Згідно з підрахунками організації, до переліку постраждалих від війни споруд та місць культури увійшли: 29 релігійних будівель, 16 історичних місць, 4 музеї та 4 пам'ятники. Проте цей список не повний, оскільки експерти ЮНЕСКО далі фіксують пошкоджені надбання культури України [5].

Отже, знищення РФ пам'яток культури в Україні, які охороняються ЮНЕСКО, є прямим свідченням воєнного злочину проти культурної спадщини.

### *Список використаних джерел:*

1. В архівах бібліотеки Франкового вишу знайшли пам'ятку XVII століття: [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://tvoemisto.tv/news/v\\_arhivah\\_biblioteki\\_frankovogo\\_vyshu\\_znayshly\\_pamyatku\\_hvii\\_stolitnya\\_foto\\_118358.html](http://tvoemisto.tv/news/v_arhivah_biblioteki_frankovogo_vyshu_znayshly_pamyatku_hvii_stolitnya_foto_118358.html)
2. На Львівщині зберігається тисячолітня керамічна писанка: [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://tvoemisto.tv/news/na\\_lvivshchyni\\_zberigaietsya\\_tysyacholitnya\\_keramichna\\_pysanka\\_foto\\_119610.html](http://tvoemisto.tv/news/na_lvivshchyni_zberigaietsya_tysyacholitnya_keramichna_pysanka_foto_119610.html)
3. Захист культурних цінностей у разі збройного конфлікту [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://mkip.gov.ua/content/zahist-kulturnih-cinnostey-u-razi-zbroynogo-konfliktu.html>

4. Перемогти і зберегти: як в Україні захищають пам'ятки від війни [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://discover.vn.ua/inspiration/peremohy-i-zberehty-yak-v-ukrayini-zakhyshchayut-pamyatky-vid-viyny>
5. За час війни в Україні пошкоджено щонайменше 53 об'єкти культури – ЮНЕСКО [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.dw.com/uk/za-chas-viiny-v-ukraini-poshkodzheno-shchonaimenshe-53-obiekty-kultury-yunesko/a-61338069>

**Diana Honta**

*Ivan Franko National University of Lviv*

#### PROBLEMS OF PROTECTION OF CULTURAL VALUES BY UKRAINE IN WAR CONDITIONS

The article identifies the main document for the protection of cultural heritage during military armed conflicts, examines measures to protect (preserve) cultural values; the actions of the Ministry of Culture and Information Policy were analyzed; the number of damaged cultural sites according to UNESCO

*Keywords:* cultural values, cultural heritage, military actions, UNESCO.

Діана Гонта

Львівський національний університет імені Івана Франка  
dianahonta15@gmail.com

## ВИМОГИ ЩОДО ЕКСПОРТУ/ ІМПОРТУ СВІЖИХ ТА ПЕРЕРОБЛЕНИХ ФРУКТІВ ТА ЯГІД В КРАЇНІ ЄС

Європейський Союз наразі є ключовим ринком експорту української плодово-ягідної продукції, на який припадає 74% загального експорту в грошовому еквіваленті. Протягом останніх 5 років Україна нарощує експорт фруктів, ягід та продуктів їх переробки до країн Європейського Союзу – з 2015 по 2020 рік експорт виріс на 65% у грошовому еквіваленті та на 16% в об'ємі продукції (рис. 1). Головними позиціями експорту є заморожені

фрукт та ягоди (здебільшого дикорослі, однак зростає і експорт замороженої малини), фруктові соки та свіжі ягоди та фрукти. 85% в обсягах експорту фруктових соків складає яблучний сік.

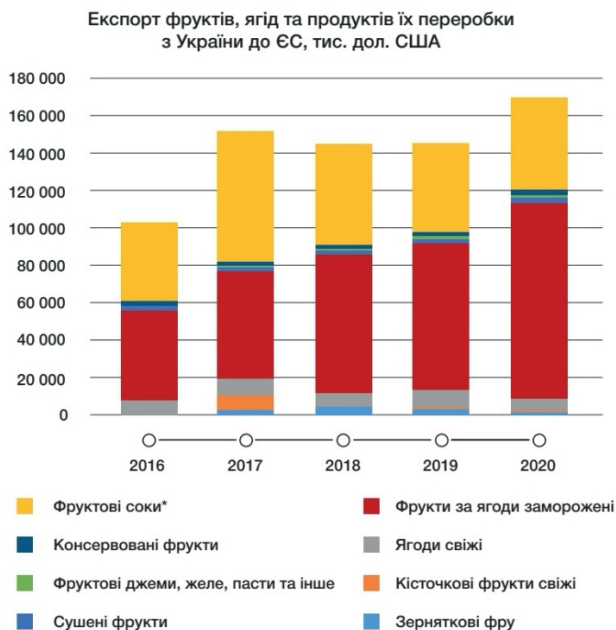


Рис. 1. Динаміка експорту ягідної продукції до країн ЄС

вість нарощування експортних поставок та збільшення долі української ягідної продукції на ринку ЄС.

Всі статистичні дані, що стосуються експорту, збираються на основі кодів товарів за класифікацією Гармонізованої системи опису та кодування товарів (Harmonized Commodity Description and Coding System, HS). Офіційна Українська класифікація товарів зовнішньоекономічної діяльності – це класифікація, складена на основі Гармонізованої системи опису та кодування товарів (Harmonized Commodity Description and Coding System, HS) та прийнята як додаток до Закону України «Про Митний тариф України» від 04.06.2020 р. № 674-IX. Чинна версія УКТЗЕД 2020 гармонізована з HS 2017 на рівні підпозицій (6 знаків).

Наведемо загальні рекомендації щодо експорту ягід та фруктів до країн ЄС

Окрім митних процедур, майже всі обов'язкові вимоги щодо імпорту/експорту свіжих та перероблених фруктів та ягід також пов'язані з безпекою харчових продуктів. Загальний закон ЄС про харчові продукти є законодавчою базою щодо безпеки харчових продуктів у Європейському Союзі та передбачає створення Європейського управління з безпеки харчових продуктів (EFSA). EFSA відповідає за розробку спеціального законодавства про безпеку харчових продуктів та створення основи для офіційного контролю за харчовими продуктами.

Загальний закон ґрунтується на підході «від ферми до виделки», згідно з яким уся їжа повинна простежуватися за всім ланцюжком поставок. Для цього всім операторам харчового бізнесу, включаючи українських виробників, переробників та експортерів, необхідно впровадити систему аналізу ризиків, небезпечних чинників і контролю критичних точок (НАССР) у свою щоденну діяльність.

Важливо розуміти, що європейське законодавство про безпеку харчових продуктів регулює рівні багатьох речовин, але фермерські підприємства, фізичні особи - підприємці не мають юридичного зобов'язання проводити лабораторні дослідження перед експортом. Єдиним винятком є офіційний прикордонний контроль, що тимчасово виконується для певної продукції з країн, щодо яких неодноразово виявлено порушення.

Імпортери відповідають за розміщення товару на ринку, тому вони зазвичай вимагають від постачальника проведення обов'язкових та додаткових випробувань, це зокрема, наступні документи та контролю:

- Фітосанітарний сертифікат.
- Контроль забруднення сторонніми об'єктами.
- Запобігання мікробіологічному забрудненню.
- Контроль максимально допустимих рівнів залишків пестицидів (Maximum Residue Levels, MRL).
- Обмежена кількість важких металів та металоїдів.
- Контроль хлоратів та перхлоратів.
- Контроль радіаційного рівня.

Покупці та європейські органи можуть не допустити для використання продукти, якщо вони мають у своєму складі незадекларований, несанкціонований, надмірний або неправильний рівень харчових інгредієнтів та добавок. Це означає, що лабораторний тест на інгредієнти, поживні речовини та їх частки, а також добавки має відповідати заявленим значенням специфікації продукту.

Для роздрібних продуктів, таких як ягідні соки, пюре та джеми, застосовується спеціальне законодавство щодо складу продукту. Також існує спеціальне законодавство щодо добавок (additives), таких як консерванти, барвники, загусники), ароматизаторів (flavourings) та ферментів (enzymes), які містять перелік дозволених Е-номерів та речовин.

Окрім вимог до самого продукту та його складу є також певні вимоги до пакування, маркування, якості продукції та сертифікації. Найбільш популярними видами сертифікації, що вимагаються європейськими покупцями, є наступні:

- Для свіжих ягід - GLOBAL G.A.P.
- Для переробників ягід та торгівців – International Featured Standards (IFS), British Retail Consortium Global Standards (BRCGS), Food Safety System Certification (FSSC 22000), ISO 22000.
- Для соків та пюре – для напівфабрикатів IRMA (Міжнародне забезпечення сировини, International Raw Material Assurance), для розливної продукції IQCS (Міжнародна система контролю якості соків та нектарів).

Додатково покупці можуть вимагати окремих видів сертифікацій – Cosher, Halal, органічні сертифікації та інше.

Для спрощення експорту до ЄС українською митницею було впроваджено сертифікати з перевезення товару EUR.1, що дозволяють товарам українського походження після їх ввезення на територію ЄС користуватися умовами преференційної торгівлі. Ще одним вагомим досягненням у сфері спрощення доступу на ринки ЄС стало започаткування інституту «уповноваженого експортера», що дає право самостійно оформлювати декларацію, незалежно від вартості товару.

Збройна агресія Російської Федерації згуртувала навколо України усіх західних партнерів, які докладають значних зусиль для допомоги нашій економіці.

Через понесені втрати в результаті боїв чи окупації територій, де знаходяться ягідні ферми, цьогорічний урожай скоротиться на 30-50% залежно від ягоди. Попри все українські ягідники борються за майбутній врожай, навіть шукають можливості обробити насадження із використанням дронів до проведення робіт із розмінування полів [2].

Так, Україні потрібно налагоджувати експорт для отримання твердої валюти, а також тому що внутрішній ринок зазнає значних змін. По-перше, в людей дуже знизиться платоспроможність, а фрукти та ягоди не є продуктом першої необхідності, до того ж географічно ринок споживачів зараз переміщено на Західну Україну, оскільки там зараз знаходиться багато людей з інших областей

По – друге, навіть якщо іноземні ринки будуть лояльними до України та купуватимуть українські ягоди, виробникам цього сезону варто розраховувати на збільшення невеликих замовлень, адже, закупаючи українську ягоду, кожен байєр намагатиметься мінімізувати свої ризики і робитиме невеликий відсоток закупівлі фруктів та ягід з України, щоб у разі чого не завдати втрат від порушення безпеки постачання власній компанії.

По – третє, попри значні логістичні проблеми Україна зможе експортувати частину вирощених ягід [2].

Військова агресія Росії проти України матиме глобальні наслідки для світової продовольчої безпеки. Тому, щоб стабілізувати ситуацію, важливо забезпечити логістику поставок аграрної продукції з України – через розблоковані порти та альтернативні шляхи. Крім того, малі та середні українські фермерські господарства й агропідприємства, які відіграють велику роль у забезпеченні національної та світової продовольчої безпеки, потребують невідкладної допомоги [3].

Офіс з розвитку підприємництва та експорту запустив оперативну платформу з актуальною інформацією для українських експортерів, які готові постачати свою продукцію за кордон в умовах війни та дати гідну відсіч всьому російському та білоруському у світі.

#### *Список використаних джерел:*

1. Асоціація Ягідництво України: офіційний сайт. URL.: <https://uaberries.com/pro-asotsiatsiu>
2. АЯУ: чого чекати українським ягідникам в сезоні-2022 URL.: <https://uaberries.com/novyny/novyny-sektoru/ayau-chogo-chekati-ukrajinskim-yagidnikam-v-sezoni-2022>
3. Думка: Виробникам ягід важливо експортувати продукцію URL.: <https://agroportal.ua/news/yagidnictvo/dumka-virobnikam-yagid-vazhlivo-eksportuvati-produkciyu> (дата звернення 03.05.2022 р)
4. Посібник для експортера ягід із України до країн Європейського Союзу. Березень, 2021. 36 с.
5. Посібник з експорту ягід та фруктів з України до Нідерландів та Німеччини. . Грудень 2021. 43 с
6. Україна збільшила експорт фруктів, ягід та горіхів URL.: <https://agroexpert.ua/21717-2/> (дата звернення 04.05.2022 р)

**Diana Honta**

*Ivan Franko National University of Lviv*

#### REQUIREMENTS FOR EXPORT / IMPORT OF FRESH AND PROCESSED FRUIT AND BERRIES IN EU COUNTRIES

The European Union is currently a key export market for Ukrainian fruit and berry products, accounting for 74% of total exports in monetary terms. The main export items are frozen fruit and berries, fruit juices and fresh berries and fruit.

1 mandatory requirements for the import / export of fresh and processed fruit and berries are also related to food safety. EFSA is responsible for developing specific food safety legislation and establishing a basis for official food control.

The Office for Entrepreneurship and Export Development has launched an operational platform with up-to-date information for Ukrainian exporters who are ready to supply their products abroad during the war.

*Keywords:* fruit, berries, export, food safety legislation, EFSA, logistics.



**Антон Гонтар**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*

*anton2002gontar@gmail.com*

## **ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ОСОБИСТОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ**

Послуги з особистого страхування є особливим ланкою у сучасному суспільстві, вони забезпечують соціальний захист населення, відіграють важливу роль в економіці будь-якої країни, оскільки виплати за договорами страхування дають змогу зменшити бюджетні витрати на соціальні програми. Особисте страхування виконує важливу соціальну функцію, оскільки стосується інтересів кожної особи. Окрім того, фінансові кошти, що мають у своєму розпорядженні страхові компанії, можна використовувати як довгострокові інвестиції в економіку держави.

В загальному плані особисте страхування – це галузь страхової діяльності, яка забезпечує страховий захист громадян або зміцнення досягнутого ними сімейного добробуту. Необхідність особистого добровільного страхування обумовлено ризиковим характером відтворення робочої сили, підвищенням ступеню ризику життя у зв'язку з активним розвитком суспільства, погіршенням умов довкілля, а також зростанням кількості людей похилого віку в загальній чисельності населення. Особисте страхування регламентується законом України "Про страхування". Згідно статті 4 Закону України "Про страхування" особисте страхування можна визначити як страхування майнових інтересів, що не суперечить законодавству України і пов'язані з життям, здоров'ям, працездатністю та додатковою пенсією страхувальника або застрахованої особи. Об'єкти особистого страхування не мають вартісної оцінки, тому вважається, що не відбувається компенсація матеріальної шкоди, а мають місце виплати страховика на користь страхувальника або його родини, які носять характер фінансової допомоги. У складі особистого страхування функціонує три підгалузі: страхування життя, страхування від нещасних випадків та медичне страхування [2].

Зародження ринку особистого страхування розпочалося в Україні з моменту отриманням країною незалежності в 1991 р. Головним та невід'ємним складником цього ринку є страхові компанії, що надають послуги з особистого страхування [1].

Загалом за останні шість років на українському ринку страхування спостерігається тенденція до зменшення кількості страхових компаній. Станом на кінець 2021 р. на українському ринку страхування було зареєстровано 169 страхових компаній, серед яких лише 10% надають послуги з особистого страхування і страхові резерви та активи яких дають їм змогу вести страхову діяльність на ринку.

Слід також відзначити, що однією з особливостей українського страхового ринку є його монополізація. Тобто це свідчить про те, що український ринок особистого страхування переповнюють неконкурентоспроможні страховики, а сам ринок олігопольний, оскільки 58% валових премій припадає на три великі компанії. Послуги з особистого страхування не користуюся таким високим попитом серед українців як, наприклад, у Європі. Серед головних причин можна відзначити недовіру до страхової діяльності, незадовільну якість наданих послуг, відсутність гарантій щодо одержання повної та швидкої компенсації після настання страхового випадку, низький рівень фінансової грамотності населення [1].

Згідно з даними НБУ, страхові компанії України в січні-вересні 2021 року зібрали чисті премії на суму 35,25 млрд грн, що на 20,4% більше, ніж за аналогічний період 2020 року (29,27 млрд грн).

Зростання показників відбулося серед усіх ключових напрямів особистого страхування: страхування медичних витрат, медичне страхування, страхування життя та страхування нещасних випадків. Вітчизняний ринок особистого страхування не є серед світових лідерів, проте зростання показників страхових премій указує на те, що довіра до страхових послуг серед населення зростає, а отже, є надія на подальший розвиток страхової галузі.

Вітчизняний страховий ринок подолав не одну кризу за свою історію існування, наслідком яких є скорочення кількості страховиків на ринку через фінансові проблеми. Окрім нестабільної політичної та економічної ситуації в Україні, що склалася за останні п'ять років, пандемія COVID-19 та «війна» найсильніше вплинули на розвиток та становлення страхового ринку [1].

Страхові компанії, які надають послуги з особистого страхування, повинні продовжувати покращувати якість своїх послуг та робити все можливе для поширення якомога більше інформації про свою діяльність серед населення. Окрім того, у період пандемії коронавірусу багатьом страховикам необхідно збільшувати інвестиції в онлайн-послуги, оскільки саме попит на такі послуги зростає. Швидке впровадження якісного та доступного страхового полісу з покриття витрат на лікування COVID-19 може допомогти страховикам компенсувати втрати, що були завдані карантинними заходами, оскільки попит на таку послугу може значно зрости у цей період, особливо серед тих, хто їздить за кордон. Українська влада повинна продовжувати вдосконалювати ринок особистого страхування України, а саме: анулювати ліцензії у недобросовісних страховиків, удосконалити законодавчу базу страхового ринку, усунути страхову монополію, надати необхідні умови для діяльності іноземних страхових компаній в Україні, інтегрувати ринок страхових послуг на міжнародну арену, підвищити страхову культуру населення тощо [1].

Отже, особисте страхування є одним із ключових сегментів вітчизняного страхового ринку. Особисте страхування виконує важливу соціальну функцію, оскільки стосується інтересів кожної особи. Тому важливо приділяти особливу увагу розвитку особистого страхування в країні. Оскільки вітчизняний ринок особистого страхування має усі можливості та перспективи для становлення одним з ключових та найбільших часток світового ринку страхування.

*Список використаних джерел:*

1. Курыча Н.В., Лістерко Ю.В. Сучасний стан розвитку ринку особистого страхування в Україні. *Гроші, фінанси і кредит*: монографія. 2020. С. 1-5. URL: [http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/50\\_2020\\_ukr/43.pdf](http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/50_2020_ukr/43.pdf) (дата звернення 12.05.2022)
2. Осіпова М.А., Ольвінська Ю.О. Особливості розвитку особистого страхування в Україні. *Статистика – інструмент соціально-економічних досліджень*: монографія. Одеса, 2016р. С. 1-7. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/147041608.pdf> (дата звернення 10.05.2022)
3. Статистика страхового ринку України. Forinsurer|Головні новини страхового ринку.2021. URL: <https://forinsurer.com/> (дата звернення 10.05.2022)

**Hontar Anton**

*Ivan Franko National University of Lviv*

**FEATURES OF PERSONAL INSURANCE DEVELOPMENT IN UKRAINE**

Thesis deals with the topic of personal insurance and features of its development in Ukraine. Personal insurance is a branch of insurance activity that provides insurance protection to citizens or strengthening their family well-being. Personal insurance performs an important social function because it affects the interests of each person.



Марія Горобченко

Львівський університет імені Івана Франка  
masha.mamaluk@gmail.com

## РОЛЬ КЛЮЧОВИХ ПОКАЗНИКІВ ЕФЕКТИВНОСТІ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У СПРИЯННІ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

Нині без повноцінного використання соціальних мереж не обходиться жодна ефективна маркетингова стратегія розвитку компанії, її просування. Згідно з дослідженням Sprout Social «State of Social Media Report», в 2021 році через соціальні мережі 55% споживачів дізналися про нові бренди, 43% - збільшили їх використання для пошуку нових продуктів, 78% - здійснивали покупки завдяки позитивному досвіду, отриманому через спілкування з менеджерами компаній [2]. SMM, як будь-який маркетинговий канал, вимагає оцінки ефективності дій. Для цього використовуються KPI, які дозволяють отримати повну картину проекту.

Ключові показники ефективності (англ. Key Performance Indicators, KPI) — це числові показники результативності діяльності, інструмент, який дозволяє оцінювати та контролювати роботу [1]. Компанії використовують KPI, щоб визначити ефективність, перевірити чи досягаються цілі, і проаналізувати, чи потрібно вносити зміни. Встановлені KPI в соціальних мережах повинні мати можливість змінюватися з часом у міру того, як змінюються загальні бізнес-цілі. Експерти рекомендують, для встановлення та відстеження ефективних KPI дотримуватися наступного алгоритму[3]:

1. Вказати мету KPI.
2. Обрати KPI, які будуть підтримувати бізнес-цілі.
3. Поділитися KPI з командою, керівником та іншими зацікавленими сторонами, які повинні бути в курсі створення та реалізації бізнес стратегії.

4. Проаналізувати поточну роботу, що допоможе порівнювати зміни з часом і знайти вектори зростання.

5. Визначити модель, яка допоможе чітко бачити закономірності зростання та розвитку, а також швидко реагувати.

6. Переглядати та аналізувати KPI, щоб визначити чи вони все ще допомагають в досягненні цілей компанії.

Існує багато показників соціальних мереж, всі вони можуть мати відношення до бізнесу по-різному, проте щоб відстежувати, як стратегія бренду в соціальних мережах відповідає цілям компанії, слід визначити KPI за такими категоріями:

- 1) **Reach KPI**, які визначають кількість користувачів, які переходять у соціальні канали [3]. Дані про охоплення демонструють наявну та потенційну аудиторію, зростання та пізнаваність бренду. До них належать:

1. **Враження** - це кількість разів, коли публікація була видима в чийсь стрічці або часовій шкалі. Це не обов'язково означає, що людина, яка переглянула публікацію, помітила її чи прочитала.

2. **Кількість підписників** на соціальний канал за певний час.

3. **Темпи зростання аудиторії**, які показують як змінюється кількість підписників з часом. Цей KPI розраховується за допомогою рівняння швидкості зростання аудиторії.

4. **Досяжність**. Кількість людей, які побачили публікацію з моменту її появи. Охоплення змінюється залежно від того, коли аудиторія перебуває в Інтернеті та наскільки якісний контент. Це формує уявлення про те, що аудиторія вважає цінним і цікавим. KPI розраховується за допомогою рівняння після охоплення.

5. **Потенційне охоплення** вимірює кількість людей, які могли побачити публікацію протягом звітного періоду. Іншими словами, якщо один із підписників поділився публікацією зі своєю мережею, від 2% до 5% їхніх підписників врахували б потенційне охоплення публікації. KPI розраховується за допомогою формули потенційного охоплення показників обізнаності.

6. **Соціальна частка голосу** - цей показник відстежує, скільки людей згадали бренд у порівнянні з кількістю людей, які згадали конкурентів. Просто це показує, наскільки бренд релевантний у галузі. Ви можете використовувати інструмент соціального прослуховування, як-от «Hootsuite», щоб виміряти власні згадки та згадки конкурентів протягом певного періоду часу. KPI розраховується за допомогою розрахунку показника поінформованості, соціальної частки голосу (SSoV).

- 2) **KPI для взаємодії з соціальними медіа**, які вимірюють якість взаємодії з читачами в соціальних мережах [3]. Вони показують зацікавленість аудиторії у контенті та її бажання взаємодіяти з брендом. До них належать:

1. **Вподобайки (лайки)**. Кількість разів, коли підписники взаємодіють із дописом у соціальній мережі, натиснувши кнопку «Подобається» на певній платформі соціальних мереж.

2. **Коментарі**. Скільки разів підписники коментували публікації. Пам'ятайте: коментарі можуть мати як позитивні, так і негативні настрої, тому велика кількість коментарів – це не завжди добре!

3. **Темп «оплесків»** відстежує лише позитивні взаємодії або схвалення. Це включає лайки, збереження, ретвіти, додавання публікації у вибране тощо. KPI розраховується за допомогою формули розрахунку показника залученості.

4. **Середній рівень залучення** - цей показник ділить всю зацікавленість, яку отримує публікація, включаючи лайки, коментарі, збереження та вибране, на загальну кількість підписників у соціальному каналі. Це показує, наскільки привабливим у середньому був контент. KPI розраховується за допомогою рівняння середнього рівня залучення.

5. **Темп «розширення»** - це відсоток підписників, які діляться якісним контентом зі своїми підписниками. Ця метрика може включати все, від спілок і ретвітів, до репінів і реграм. По суті, високий рівень посилення показує, що підписники хочуть бути пов'язаними з брендом. KPI розраховується за допомогою розрахунку коефіцієнта поширення показників залучення.

Таким чином, щоб успішно використовувати корпоративні соціальні медіа в компаніях та підвищувати ефективність використання маркетингових комунікацій, необхідно встановлювати відповідні KPI, вимірювати їх у часі, що допоможе продемонструвати, яка саме соцмережа допомагає досягати конкретних стратегічних цілей компанії.

Список використаних джерел:

1. Гладун А. 7 KPI для SMM, які потрібно відстежувати у соцмережах. URL: <https://ag.marketing/blog/kpi-dlya-smm/> (дата звернення 10.05.2022).
2. Chen J. The ultimate list of social media KPIs to leverage business growth. URL: <https://sproutsocial.com/insights/social-media-kpis/> (дата звернення 10.05.2022).
3. Olafson K. 19 Social Media KPIs You Should Be Tracking. URL: <https://blog.hootsuite.com/social-media-kpis-key-performance-indicators/goals> (дата звернення 10.05.2022).

**Horobchenko Mariia**

*Ivan Franko National University of Lviv*

*masha.mamaluk@gmail.com*

THE ROLE OF KEY PERFORMANCE INDICATORS OF SOCIAL MEDIA IN PROMOTING BUSINESS DEVELOPMENT

In the article, the main key performance indicators for leveraging business growth using social media were provided.

*Keywords:* social media, marketing, KPI, business, estimation, development.

**Кіра Горячева**

*Військового інституту Київського національного університету імені Тараса Шевченка  
horyachevakira@gmail.com*

## **АНАЛІЗ ЗАСАД ПОБУДОВИ ЗАКОНУ ПРО ОРГАНІЧНИЙ БЮДЖЕТ**

Багато країн, що розвиваються, продовжують страждати від дисфункціональних систем управління, які включають неправильний розподіл ресурсів, неефективні системи доходів і слабе надання життєво важливих державних послуг. Таке неефективне управління призводить до небажаних наслідків для доступу бідних та знедолених верств населення до державних послуг. У вирішенні цих проблем важливу роль відіграє створення органічного бюджетного процесу.

Тільки фундаментальні принципи повинні знайти своє відображення у конституції країни. Рамковий закон, який часто називають законом про органічний бюджет, повинен включати основні правила управління державними фінансами, розподілу повноважень та підзвітності, забезпечення фінансового нагляду тощо. Далі в правовій ієрархії слідує адміністративні бюджетні інструкції, насамперед інструкції з формулювання макроекономічних та фіскальних основ та бюджетний циркуляр, з якого починається процес підготовки бюджету. Нарешті, положення та розподіл ресурсів на майбутній фінансовий рік включаються до річного закону про бюджет, який подається законодавчому органу, а також додаткових асигнування або інших поправок протягом року.

Як правило, закон про органічний бюджет визначає чотири моменти:

1. Цілі управління державними фінансами - фіскальний контроль, стратегічний фіскальний контроль, стратегічний розподіл ресурсів, операційна ефективність, орієнтація на послуги;
2. Принципи – підзвітність, чесність, прозорість, дотримання правил, участь;
3. Процес - підготовка бюджету, виконання, звітність, аудит;
4. Відповідальність - хто, за що, як і коли на різних етапах у процесі, включаючи поділ повноважень між виконавчою та законодавчою владою.

Зокрема, закон про органічний бюджет повинен включати наступні елементи:

- Введення, в якому викладаються цілі та принципи;
- Визначення, включаючи визначення фіскального дефіциту;
- Загальні положення, такі як основа бухгалтерського обліку та фінансової звітності;
- Правила охоплення та подання бюджету, включаючи облік позабюджетних фондів та фіскальних ризиків;
- Етапи та правила підготовки бюджету;
- Процедури обговорення, затвердження та внесення поправок до бюджету;
- Етапи та правила виконання бюджету, включаючи правила прийняття зобов'язань та платежів, внутрішній контроль, моніторинг та оцінку;
- Принципи та правила зовнішнього аудиту;
- Положення про підзвітність;
- Відносини із місцевими органами влади.

*Розподіл повноважень під час складання бюджету*

Конкретні механізми поділу обов'язків між виконавчою та законодавчою владою залежать від характеру політичної системи країни – парламентської чи президентської, унітарної чи федеральної, правових норм, що регулюють бюджетні питання. політичної системи країни - парламентської чи президентської, унітарної чи федеральної, правової традиції та ролі судової влади, а також історичного та культурного контексту. традиції та ролі судової влади, а також історичного та культурного контексту.

В цілому, виконавча та законодавча влада несуть спільну відповідальність за визначення широких напрямів економічної та фіскальної політики. Виконавча влада відповідає за формулювання програми видатків відповідно до виконавчої влади відповідає за розробку програми видатків, що відповідає широким напрямкам, у межах доступності; законодавча влада відповідає за затвердження програми витрат та контроль за її виконанням.

*Ключові принципи*

Перший розділ органічного закону про бюджет має містити чіткий виклад основних принципів належного управління та державних фінансів. Ці принципи також повторюють основні тези, викладені у цьому главі:

Ніякі грошові кошти не повинні стягуватися з фізичних або юридичних осіб, ніякі кошти не повинні витрачатися, послуги не повинні надаватися, пільги не повинні надаватися, крім відповідно до випадків, передбачених законом та іншими правовими документами;

Прозорість фіскальної та службової інформації, що вимагає не тільки відкритості, а й позитивних зусиль з надання громадськості у доступній для використання формі основну бюджетну інформацію, а також плани та програми уряду відповідно до міжнародних стандартів фіскальної прозорості. Відповідність фіскальної політики макроекономічним та соціальним цілям, вимагаючи, серед іншого, розміщення щорічного бюджетного у багаторічній перспективі;

Індивідуальна відповідальність міністрів, керівників агенцій та інших старших керівників;

за придбання, використання, облік та звітність щодо державних ресурсів та за вжиття необхідних заходів щодо запобігання зловживанням такими ресурсами такими ресурсами;

Рівний обов'язок усіх державних службовців дотримуватись правил управління державними фінансами, а також рівне застосування санкцій до порушників цих правил;

Максимально можлива участь державних службовців, членів законодавчого органу та інших зацікавлених осіб у процесі підготовки та виконання бюджету, наскільки це може бути доцільним та реалістичним;

Управління державними фінансами, що здійснюється для забезпечення контролю за витратами, ефективного використання ресурсів, ефективного надання послуг та високої чесності та невідчужуваності бюджету та скарбниці, у тому числі для того, щоб можна було порівнювати відносну ефективність різних видів запропонованих витрат.

Відповідність або просування до прийнятих міжнародних стандартів у галузі підготовки та виконання бюджету, фінансове управління, контролю та аудиту.

Практична реалізація перерахованих пропозицій забезпечить впровадження закону про органічний бюджет для забезпечення принципів демократії в суспільстві. Окрім того здійснений детальний опис сутності та послідовності імплементації основних елементів, полегшить реалізацію процесу впровадження органічного бюджетування на національному рівні.

*Список використаних джерел:*

1. Батенко Л., Зінкевич Т., Кизенко О. Основи бюджетування: навч.-метод. посібник. – К.: КНЕУ, 2010, с. 202.
2. Donaldson, Andrew. 2006. "Agency, Information, and Organisation in the Public Sector."

3. IMF (International Monetary Fund). 2001. Government Finance Statistics Manual. Washington, DC: IMF Statistics Department. <http://www.imf.org/external/pubs/ft/gfs/manual/pdf/all.pdf>

**Kira Horiacheva As. Prof., Ph.D.**

*Military Institute of Taras Shevchenko National University of Kyiv*

ANALYSIS OF THE FOUNDATION OF THE ORGANIC BUDGET LAW

Many developing countries continue to suffer from dysfunctional governance systems that include improper distribution of resources, ineffective revenue systems and poor delivery of vital public services. Such ineffective management leads to disadvantages for the poor and disadvantaged segments of the population's access to public services. In solving these problems an important role is played by the creation of an organized budgetary process.

*Keywords:* Organic Budget Law, Division of powers, Elements of Organic Budget Law, Fiscal Framework.

Ірина Гук

Львівський національний університет імені Івана Франка

Електронна пошта: iraaguk@gmail.com

## ЗАСТОСУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ МОНЕТАРНОЇ ПОЛІТИКИ У ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД В УКРАЇНІ

Сучасний стан вітчизняної економіки визначається впливом війни росії з Україною, що зумовлює потребу в розробці та впровадженні активних заходів регулятивного впливу для того, щоб мінімізувати дію негативних наслідків воєнних дій на національне господарство. За таких обставин особливо актуальним є дослідження проблем, які пов'язані з оптимізацією дії інструментів впливу монетарної політики не лише на грошовий, а й на реальний сектор економіки.

В аналізованому періоді (2018-2021 рр.) НБУ ефективно проводив монетарну політику інфляційного таргетування з плаваючим валютним курсом. Основним монетарним інструментом і операційним орієнтиром за такого монетарного режиму є процентна ставка [6]. Якщо прогнозована інфляція знаходиться вище цільового рівня, то для її стримування проводиться політика "дорогих грошей", тобто процента ставка підвищується. І відповідно навпаки – при нижчому прогнозованому показнику інфляції порівняно з цільовим рівнем проводиться політика "дешевих грошей", коли процентна ставка знижується [4, с. 231].

Як видно з табл. 1 у 2018 р. НБУ підвищував рівень облікової ставки з 16% до 18% [2]. Це було здійснено для того, щоб залучити кошти населення комерційними та державними банками. Оскільки прогнозована інфляція знаходилась вище цільового рівня, то для її стримування проводиться політика «дорогих грошей». З 2019 року ситуація дещо змінилась та НБУ розпочав проведення політики «дешевих грошей» це свідчать зниження облікової ставки центрального банку з 17,5% до 6% протягом 2019-2020 рр. З 2021 року згідно з визначеним планом НБУ облікова ставка почала зростати для подальшого таргетування в районі 5% із можливістю відхилення +/- 1%. Такі коливання могли бути результатом впливу внутрішніх та зовнішніх шоків, які є поза безпосереднім впливом монетарної політики. До таких чинників можна віднести зміну цін на сировинні товари та інші високоволатильні компоненти індексу споживчих цін, а також відхилення адміністративно регульованих цін від раніше заявленого рівня [5].

Таблиця 1

Динаміка реального ВВП, рівня інфляції та облікової ставки у 2018-2021 рр.

Рік	Квартал	Реальне ВВП (млн грн)	Рівень інфляції (%)	Облікова ставка (%)
2018	I кв.	643,943	101,1	16
	II кв.	723,961	100	17
	III кв.	876,757	101,9	17,5
	IV кв.	838,748	100,8	18
2019	I кв.	766,15	100,9	18
	II кв.	875,733	99,5	17,5
	III кв.	105,009	100,7	17
	IV кв.	983,75	99,8	15,5
2020	I кв.	821,21	100,8	11
	II кв.	842,935	100,2	8
	III кв.	1095,567	100,5	6
	IV кв.	1058,744	100,9	6
2021	I кв.	887,884	101,7	6
	II кв.	987,871	100,2	7,5
	III кв.	1243,962	101,2	8
	IV кв.	1243,865	100,6	8,5

Джерело: Сформовано автором на основі даних: [1], [2], [3]

Протягом 2018 – 2021 рр. НБУ активно застосовував процентний канал монетарної трансмісії, дія якого полягає у тому, що зміна облікової ставки прямо впливає на короткострокові ставки на грошовому ринку, і через них – на рішення щодо споживання, заощаджень та інвестування, а відтак на рівень сукупного попиту, економічну активність, зайнятість та інфляцію. Підтвердження дієвості процентного каналу в Україні відображено у таблиці 1. Представлені дані (табл. 1) варто аналізувати з урахуванням часового лагу, відповідний вплив облікової ставки проявлятиметься з деякою затримкою.

Із введенням воєнного стану у лютому 2022 р. постає проблема подальшої реалізації заходів із реформування української економіки на ринкових засадах. Рада НБУ на своєму позачерговому засіданні наголосила, що в умовах війни вкрай важливим є забезпечення надійного та стабільного функціонування банківської і фінансової системи країни, а також максимальне забезпечення потреб оборони України, безперебійного функціонування системи державних фінансів та об'єктів критичної інфраструктури. А також визнала, що під час війни знижується дієвість ринкових інструментів, відтак проведення монетарної політики в режимі інфляційного таргетування є неможливим. Дієвість каналів монетарної трансмісії додатково послаблюється адміністративними обмеженнями на валютному ринку та обмеженнями щодо руху капіталу [6,7].

Відповідно до цього необхідно створити алгоритм дій ринкових та адміністративних інструментів НБУ для ефективного врегулювання грошово-кредитної політики.

Повоєнний період, на нашу думку, характеризуватиметься особливою складністю у регулюванні, адже йому буде притаманний не лише високий рівень безробіття та цін, але й значні витрати, які будуть спрямовані на відбудову інфраструктури, у багатьох містах України. Проте такі дії уряду мають бути виважені, адже, застосовуючи, інструментарій, який передбачений для стабілізації економіки, можливо отримати зворотній ефект. Державі слід проводити стимулюючу монетарну політику, оскільки це допоможе в боротьбі з безробіттям. Зазвичай ця політика застосовується в період економічного спаду та має на меті стимулювати зростання ділової активності. Таким чином це надасть можливість в певній мірі «підбадьорити» поствоєнний стан вітчизняного бізнесу. Проте дане послаблення має бути незначним, в районі 3-5%, адже якщо ця лібералізація монетарної політики буде надто високою це призведе до значного підвищення державного боргу, підвищення податків, зростання цін та обернеться новим «інфляційним витком».

Не менш важливим буде застосування такого адміністративного інструменту грошово-кредитної політики як пільгове кредитування. Дані кредити будуть сприяти поживаленню вітчизняної економіки, особливо це стосується кредитування на стимулювання бізнесу. Оскільки очікується великий наплив бажаючих отримати кредити, необхідно встановити чітке регулювання, кому доцільно давати дану позику. Цей контроль можна забезпечити, враховуючи жорстке аналізування бізнес – плану або фінансової звітності підприємств. В комбінації з адміністративними інструментами будуть ефективно працювати ринкові інструменти монетарного регулювання, а саме кредити овернайт та депозитні сертифікати овернайт. Таким чином за допомогою цих важелів впливу вдасться забезпечити ліквідність комерційних банків.

У повоєнний період для України ефективнішим, на нашу думку, буде застосування адміністративних інструментів монетарної політики. До яких віднесемо контроль над валютними та інвестиційними операціями. Для України важливим є недопущення відтоку іноземної валюти за кордон. Звісно, таке стримування відбуватиметься штучно, за допомогою золотовалютного резерву країни. Сюди ж варто залучати й міжнародні інвестиції. Вважаємо, що за ефективного регулювання валютних операцій гривню вдасться втримати з невеликим «люфтом» від довоєнного рівня.

Запропоновані рекомендації будуть сприяти покращенню дієвості грошово – кредитного регулювання НБУ. Їх впровадження у найближчий час здатне забезпечити стабільне функціонування грошового ринку, розширення можливостей застосування процентної політики ЦБ, а також сприятиме стримуванню інфляційних процесів та розвитку економічної системи України.

*Список використаних джерел:*

- 1) Валовий внутрішній продукт України в 2021 р. [Електронний ресурс] – Електронні дані. [Київ: Міністерство фінансів] – Режим доступу: <https://index.minfin.com.ua/economy/gdp/2021/> - Назва з екрану.
- 2) Індекс інфляції з 2000 по 2022 рр. [Електронний ресурс] – Електронні дані. [Онлайн сервіс пошуку] – Режим доступу: <https://voxukraine.org/longreads/price-price/article-ua.html> – Назва з екрану.
- 3) Монетарні операції НБУ з банками, процентні ставки. [Електронний ресурс] – Електронні дані. [Київ: Національний банк України] – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/ua/monetary/stages/archive-rish> – Назва з екрану.
- 4) Система монетарного регулювання процентних ставок на грошовому ринку України / Н.С. Струк, У.В. Пелех. – Дрогобич : «Посвіт», 2018. – 280 с.
- 5) Політика дешевих і дорогих грошей [Електронний ресурс] – Електронні дані. [Веб-сайт] – Режим доступу:
- 6) Про монетарну політику. [Електронний ресурс] – Електронні дані. [Київ: Національний банк України] – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/ua/monetary/about-> Назва з екрану.
- 7) Щомісячний макроекономічний та монетарний огляд. Травень 2022 року. [Електронний ресурс] – Електронні дані. [Київ: Національний банк України] – Режим доступу: [https://bank.gov.ua/admin\\_uploads/article/MM\\_2022-05.pdf?v=4](https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/MM_2022-05.pdf?v=4) - Назва з екрану.

**Iryna Guk**

*Ivan Franko National University of Lviv*

**APPLICATION OF MONETARY POLICY INSTRUMENTS IN THE POSTWAR PERIOD IN UKRAINE**

*Annotation.* This scientific paper considers the impact of monetary policy instruments on the economy of Ukraine in 2018-2021. Recommendations for the regulation of the monetary market in the postwar period are given.

*Keywords:* monetary market, administrative and market instruments of the monetary market, discount rate, policy of "expensive" and "cheap" money.

**Андрій Дідик**

*Львівський національний університет імені Івана Франка  
andrydz1001@gmail.com*

## **ОСОБЛИВОСТІ КЛАСИФІКАЦІЇ ВИРОБНИЧИХ ВИТРАТ**

Відповідно до П(С)БО 16 «Витрати», «витрати — зменшення економічних вигод у вигляді зменшення активів або збільшення зобов'язань, що призводить до зменшення власного капіталу (за винятком зменшення капіталу за рахунок його вилучення або розподілення власниками)».

Економічна суть витрат впливає з проблеми обмеженого обсягу ресурсів та способів альтернативного використання цих ресурсів, адже їх застосування в одному виробничому процесі забирає можливість використання за іншим напрямком. Вибір певних ресурсів для виробництва одного товару унеможливує виробництво іншого товару. Економічні витрати ресурсу, який застосовується у процесі виробництва, дорівнюють його цінності у найефективнішому з можливих варіантів використання.

З погляду економічного підходу до виробничих витрат потрібно включати не лише фактичні витрати, що здійснюються у грошовій формі, але й не оплачувані підприємством витрати, пов'язані з упущеною можливістю найоптимальнішого використання ресурсів.

Найчастіше альтернативне використання коштів є прихованим. У зв'язку з цим доволі важливо правильно розрахувати, в якому напрямку застосовувати наявні ресурси підприємства для отримання максимального прибутку. Для безповоротних витрат ситуація протилежна – приймаючи рішення, їх потрібно завжди ігнорувати. Безповоротні витрати – це минулі витрати, тобто вони не можуть бути змінені в результаті прийнятого управлінського рішення.

Відповідно до ПСБО 16, витрати класифікуються на виробничі, операційні та інші витрати. Виробничі витрати – це сукупність витрат живої праці та праці, уречевленої в засобах виробництва, на всіх стадіях створення продукції [1]. Виробничі витрати повністю включаються до собівартості реалізованої продукції та складаються з прямих і загальновиробничих.

Прямими вважаються витрати, що безпосередньо пов'язані з виконанням робіт і виготовленням продукції, та враховуються у виробничій собівартості окремих видів продукції. Основними елементами прямих витрат є матеріали і оплата праці.

До матеріалів належать витрати сировини і матеріалів, використаних для виробництва певного виду продукції, включаючи витрати на підготовку до виготовлення продукції, на виконання технологічного процесу з виробництва продукції (виконання робіт, надання послуг), на поточний ремонт і обслуговування основних виробничих засобів, забезпеченням працівників спеціальним одягом і спеціальним харчуванням за роботу у шкідливих умовах (якщо ці витрати можливо віднести на конкретний об'єкт).

До прямих витрат на оплату праці включають основну й додаткову заробітну плату, нараховані відповідно до прийнятої підприємством системи оплати праці та віднесені на певний об'єкт обліку витрат.

До інших можна віднести усі прямі витрати, що не входять до матеріалів і оплати праці. Це витрати на оренду основних засобів, страхування майна підприємства, податки і збори та інші витрати, що можуть бути віднесені на конкретний об'єкт обліку.

Загальновиробничі (непрямі) витрати — це витрати, що пов'язані з організацією, управлінням і обслуговуванням виробничого процесу. Їх неможливо безпосередньо віднести на конкретний об'єкт витрат і необхідно розподіляти пропорційно до обраної підприємством бази розподілу. Загальновиробничі витрати можуть бути змінними або постійними.

До змінних витрат належать витрати, які зростають із ростом обсягу виробництва продукції та зменшуються з його зниженням. Сюди можна віднести технічний огляд та ремонт виробничого обладнання, витрати на електроенергію, воду, транспортні витрати.

Постійні витрати - це витрати, розмір яких із збільшенням (зменшенням) випуску продукції істотно не змінюється [2]. До них належать амортизація основних засобів, орендна плата за землю та інші ресурси, деякі податки і збори, заробітна плата частини працівників (охорона, прибирання приміщень), страхові платежі.

Деякі автори окремо виділяють напівпостійні і напівзмінні витрати.

До напівзмінних належать витрати, обсяг яких змінюється, проте не прямо пропорційно до зміни обсягів діяльності чи інших факторів витрат. Їх прикладом може бути оплата праці понад затверджені норми, а також отримання знижки у випадку закупівлі великої партії товару. Значною частиною напівзмінних витрат можна вважати змішані витрати - витрати, що одночасно містять елементи змінних і постійних витрат.

Напівпостійні витрати – витрати, які змінюються ступінчасто при зміні фактору витрат. До них можна віднести заробітну плату робітників-ремонтників (якщо для обслуговування на кожні 1000 машино-годин використання обладнання необхідний 1 ремонтник).

*Список використаних джерел:*

1. Рябенко Г. М. Щодо економічної сутності витрат та їх класифікації / Г. М. Рябенко // Інноваційна економіка. – 2013. - №44. – С. 319-321.
2. Півнюк О. П. Економічна сутність та класифікація витрат в системі управління підприємством / О. П. Півнюк // Економіка. – 2016. - №31. – С. 1-9.

**Andriy Didyk**

*Ivan Franko National University of Lviv*

### **FEATURES OF THE CLASSIFICATION OF PRODUCTION COSTS**

With the development of economic relations there is a problem of finding new management methods to ensure the competitiveness of the business entity in the market. Therefore, the effective organization of cost accounting will meet the information needs of users for their implementation and ways to optimize. Costs are not homogeneous in composition or importance in the activities of the enterprise, so for their justification it is important to form a scientifically sound classification.

*Keywords:* actual costs; fixed costs; operating costs; production costs; total expenditures.

**Андрій Дідик**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*  
*andriyko.didyk@gmail.com*

## **ІННОВАЦІЇ В СИСТЕМІ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

Сфера ресторанного бізнесу є однією з складових комплексу соціального життя населення. Станом на сьогодні багато чинників та низка економічних тенденцій спричинили суттєві зміни в загальній діяльності закладів, їх управлінні та взаємодії інструментів комплексу маркетингу. Ресторанний бізнес характеризується постійними змінами, пов'язаними як зі збільшенням конкурентів, підвищенням якості їх послуг, так і впливом чинників макросередовища. Сучасні реалії бізнесу, будь-якої сфери чи галузі характеризуються доволі складною ситуацією. Вплив пандемії, економічних криз спричинив суттєві зміни в діяльності усіх суб'єктів господарювання, однак, не зважаючи на дані обставини, ринок ресторанного бізнесу продовжує насичуватись та вдосконалюватись. Ресторанний бізнес постійно вдосконалюється та продукує нові тенденції, тому завжди є потреба в дослідженні маркетингових інновацій на ринку.

«Інноваційна діяльність в ресторанному бізнесі має комплексний, системний характер спрямований на пошук ідей, кадрів, організацію дослідницької роботи, яка об'єднує винахідництво, раціоналізацію, впровадження об'єктів і послуг, інформаційну та маркетингову діяльність» [3 с. 104].

Для підтримки іміджу, формування нової клієнтської бази чи утримання постійних клієнтів більша частина закладів здійснили перепрофілювання стратегічних цілей і оновили систему функціонування, як підприємства загалом так і комплексу маркетингу.

Інновації в комплексі маркетингу – це нові чи вдосконалені маркетингові методи, процес, який спрямований на підвищення рівня індивідуальності, конкурентоздатності, обізнаності та адаптивності, вдосконаленні роботи закладу та маркетингової стратегії, збільшення показника якості, пізнання та інших характеристик, кінцевою метою яких є зростання матеріальних та духовних цінностей. Інновації в системі комплексу маркетингу проявляються у концепті закладу, його форматі та дизайні інтер'єру, в стилі та обслуговуванні клієнтів, в каналах комунікації та способах доставки їжі, в ціновій та товарній політиці закладу.

Закцентуємо увагу саме на інноваціях в комплексі маркетингу ресторанного бізнесу:

1) Формування та збереження бренду. Способами розвитку бренду ресторану на регіональному ринку є покращення якості послуг, зміна дизайну, нова рекламна кампанія, свіжий погляд на традиційні послуги, що надаються відвідувачам, зміни у способах представлення та подачі блюд, зміни у способах замовлення, демонстрація приготування блюд, інтеграція зусиль з іншими учасниками ринку, участь у соціальних проєктах тощо. Розвиток бренду є стратегічним інструментом конкуренції, а отже, бренд повинен представляти цінність, що сповідується як самою організацією, так і цільовою групою (чи групами) клієнтів [1 с. 144].

2) Активне використання Інтернет-маркетингу. До найбільш широко вживаних у практиці ресторанного бізнесу можна віднести такі інструменти: сайт закладу, мобільні додатки, присутність у всіх соціальних мережах та месенджерах, інтерактивні карти, перехресний маркетинг.

3) Автоматизація та діджиталізація. Все більше власників закладів замислюються про інтеграцію технологій для оптимізації швидкості обслуговування та економії на оплаті праці.

4) Впровадження CRM-системи. За допомогою даної системи заклади аналізують ринок та цільову аудиторію, проводять контроль та оцінку основних бізнес-процесів, виявляють найефективніший канал збуту та інструмент комунікації з клієнтом, а також проводять диверсифікацію продуктового асортименту, впроваджують додаткові послуги та вдосконалюють сервіс;

5) Культура доставки їжі і онлайн-замовлення. Співпраця з міжнародними кур'єрськими службами - Raketa, Glovo – одні з найпопулярніших додатків доставки їжі в світі [2 с. 220].

Даний перелік заходів підвищує конкурентоздатність підприємства та є запорукою збереження позицій на ринку.

Узагальнюючи вищевказане, можна дійти висновку, що ресторанний бізнес є одним з провідних у сферах послуг, а інновації проявляються у всіх складових маркетингу. Ресторанний бізнес є доволі гнучким, вплив негативних чинників формує позитивні зміни в діяльності закладів та комплексу маркетингу. Маркетингові інновації – це рушійна сила та фактори розвитку. Станом на сьогодні, виготовити якісний товар недостатньо, важливо знайти правильну нішу, потенційних клієнтів та канал збуту. Успіх в ресторанному бізнесі напряму залежить від маркетингових інновацій та вибору інноваційної стратегії, основне завдання яких створити бренд закладу.

*Список використаних джерел:*

1. Завадинська Олена Юрївна. Інноваційні маркетингові методики підвищення лояльності споживачів послуг сфери ресторанного бізнесу. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Менеджмент соціокультурної діяльності. Том 1. №1. 2018. С. 137-148.
2. Полінкевич Оксана. SMM-просування інноваційних послуг у готельно-ресторанному бізнесі в умовах COVID-19. Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації. 4(2). 2021. С. 206-222.
3. Субота Вікторія Володимирівна. Інноваційний розвиток підприємств ресторанного бізнесу. Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання: матеріали XII Міжнародної науково-практичної конференції, Черкаси, 18–19 березня 2021 року: у 2-х томах. Т. 1. 2021. С. 102-104.

**Didyk Andriy**

*Ivan Franko National University of Lviv*

### **INNOVATIONS IN THE MARKETING COMPLEX OF THE RESTAURANT BUSINESS**

*Abstract:* the content of innovations in the system of marketing complex is revealed in the work, their role and significance are determined, the main tendencies in the work of institutions are presented.

*Keywords:* marketing complex, restaurant business, innovation, marketing innovations.



Софія Давидюк

Львівський національний університет ім. Івана Франка  
sofiia.davydiuk@lnu.edu.ua

## ДИСПРОПОРЦІЇ ПЛАТІЖНОГО БАЛАНСУ УКРАЇНИ У 2019-2021 РОКАХ

Платіжний баланс насамперед демонструє зовнішньоторговельну активність країни. Його економічне призначення полягає у відбитті стану міжнародних економічних відносин даної країни з її закордонними партнерами в лаконічній формі. Платіжний баланс є індикатором для вибору грошово-кредитної, валютної, бюджетно-податкової, зовнішньоторговельної політики й управління державною заборгованістю.

Протягом 2019-2021 років платіжний баланс України був зведений з профіцитом: у 2019 році – 5.98 млрд. дол. США, у 2020 році – 1.99 млрд. дол. США, у 2021 році – 487 млн. дол. США [1]. Попри активне сальдо простежуються дисбаланси в поточному рахунку, нестабільний приплив інвестицій за фінансовим рахунком. У Таблиці 1 відображено зміни в платіжному балансі досліджуваного періоду.

Таблиця 1

Платіжний баланс України у 2019-2021 рр.

Статті/Рік	Сальдо у млн. дол. США		
	2019 рік	2020 рік	2021 рік
Поточний рахунок	-4124	5267	-2639
Рахунок капіталу	38	-3	15
Фінансовий рахунок	-10066	3274	-3111
Зведений баланс	5980	1990	487
Резерви та пов'язані статті	5980	1990	487

[складено автором за джерелом 1]

Протягом 2019-2021 років простежуємо зміну балансу поточного рахунку на профіцит у 2020 році, коли у 2019 та 2021 роках спостерігаємо дефіцит.

За статтею товарів та послуг зміни головно спричинені зменшенням імпорту в 2020 році на 17.1% порівняно з 2019 роком. Вплив мали пандемія COVID-19 та девальвація гривні з 23.69 до 28.26 грн. за дол., яка означала відносне подорожчання імпорту. Експорт товарів та послуг у 2020 році також зменшився, на 4.5% (з 63.6 до 60.7 млрд. дол. США) внаслідок обмежень у роботі підприємств через карантин. Простежуємо стабільний дефіцит торгівлі товарами, що і спричиняє загальний дисбаланс у стані зовнішньої торгівлі, тобто балансі статті товарів та послуг. Так, у 2019 році сальдо становило -12.5 млрд. дол. США, у 2020 р. – -6.8 млрд. дол. США, у 2021 р. – -6.6 млрд. дол. США. Покращення у 2020 році стало наслідком швидшого скорочення імпорту товарів, ніж експорту, на 14% і 2.2% відповідно (порівняно з 2019 роком). Найбільше зменшився імпорт мінеральних продуктів (-37.5%), машин, устаткування, транспортних засобів та приладів (-10.1%) і категорії різного (-45.9%). У 2021 році попри збільшення імпорту товарів на 34% (порівняно з 2020 роком) відбувається підвищення сальдо на 0.2 млрд. дол. США, тому що експорт товарів підвищився на 40%. Збільшення експорту простежується у всіх галузях зовнішньої торгівлі, однак найбільший вплив мали сфери чорних та кольорових металів (збільшення в 1.8 раза), продовольчих товарів (+24.9%), зокрема зернових і жирів, олій рослинного та тваринного походження.

Якщо такі категорії як первинні доходи та вторинні доходи впродовж 2019-2020 років мають стабільно додатне сальдо, то у 2021 році баланс категорії первинних доходів змінюється на показник зі значенням -5 млрд. дол. США. Суттєве зниження відбулося внаслідок зростання обсягів виплачених дивідендів підприємствам з прямими інвестиціями та реінвестованих доходів до рівня 4.1 млрд. дол. США (2019 рік – 3.3 млрд. дол. США, 2020 рік – -488 млн. дол. США). Підкатегорія «Оплата праці» впродовж досліджуваного періоду має стабільно додатне сальдо, що позитивно впливає на баланс поточного рахунку. Профіцит балансу вторинних доходів у 2020 році скоротився на 37% порівняно з 2019 роком (з 6.5 млрд. дол. США до 4.1 млрд. дол. США). У 2021 році відбулося зростання до 4.7 млрд. дол. США. Суттєве падіння у 2020 році було спричинене зменшенням переказів від нерезидентів резидентам на 27%, з 7.9 до 5.8 млрд. дол. США через умови пандемії коронавірусу.

Для подолання диспропорцій торговельного балансу була запроваджена Експортна стратегія України 2017-2021 років, аби стимулювати великий та малий бізнес до експортування продукції за кордон. Наразі оцінку ефективності стратегії надати складно, оскільки ряд заходів ще повністю не виконаний. Також варто наголосити на запровадженні протекціоністської політики щодо імпорту з Російської Федерації, так у 2019 році було введено спеціальне мито на російське дизпаливо, до того запроваджено заборону на ввіз певних товарів [2, 3].

Особливою зміною в балансі фінансового рахунку було додатне сальдо у 2020 році, що означало чисте кредитування в розмірі 3.3 млрд. дол. США, тоді відтік інвестицій здійснювався за всіма статтями. До того, у 2019 році, чисте запозичення здійснювалося на суму 10.1 млрд. дол. США. Відплив капіталу внаслідок коронакризи припинився наприкінці 2020 року, і вже у 2021 році притік становив 3.1 млрд. дол. США.

Існує взаємозв'язок між поточним рахунком та фінансовим рахунком. Реінвестовані доходи відображаються у статтях «Доходи від прямих іноземних інвестицій» та «Прямі інвестиції». Від'ємні реінвестовані доходи (-488 млн. дол. США) були однією з причин додатного сальдо поточного рахунку у 2020 році, однак на загальний стан платіжного балансу це не впливає, оскільки на таку ж величину були зменшені показники прямих іноземних інвестицій. Так, у 2020 році відтік ПІІ з України становив 58 млн. дол. США, коли у 2019 році був притік на суму 5.2 млрд. дол. США, у 2021 році країна знову повернулася до надходжень у розмірі 6.7 млрд. дол. США. Тож спостерігаємо відновлення інвестування України з боку іноземців після COVID-19.

У 2020 році відбулося значне зменшення припливу коштів за операціями державного сектору (з 5.2 млрд. дол. США у 2019 році до 884 млн. дол. США). Такі зміни були спричинені виплатами за ОВДП на суму 1.2 млрд. дол. США та викупом деривативів на суму 329 млн. дол. США. Водночас здійснювалися надходження у формі кредитів від міжнародних партнерів (1.5 млрд. дол. США), за ОЗДП (878 млн. дол. США). У 2020 році інвестиції в акціонерний капітал (крім реінвестування доходів) зменшилися до 760 млн. дол. США, порівняно з 1.7 млрд. дол. США у 2019 році (у 2.3 рази). Відтік портфельних інвестицій був зумовлений нестабільною макроекономічною та політичною ситуацією в Україні, також глобальною пандемією COVID-19. Внутрішніми факторами, що обмежують приплив інвестицій, є відсутність повноцінного фондового ринку та неефективна судова система. Так, індекс інвестиційної привабливості з 2019 до 2021 року знизився з 2.85 до 2.73 [4].

У Стратегії НБУ до 2025 року міститься пункт про зняття останніх обмежень щодо вільного руху капіталу, що може свідчити про поживлення припливу і відпливу [5]. Це може спростити залучення іноземного фінансування українськими компаніями та підвищити іноземні інвестиції в українські цінні папери. Та, зважаючи на події 2022 року, війну з РФ, НБУ запровадив додаткові заходи для запобігання непродуктивному відтоку капіталу з України. Обмежено «quasi cash» операції, скорочено граничні строки розрахунків за експортно-імпортними операціями. Водночас для підтримки переселенців дозволено транскордонні Р2Р перекази фізичними особами з лімітом у 100 тис. грн з рахунків, відкритих у банках у національній валюті [6].

Від 24 лютого 2022 року в Україні відбуваються інтенсивні воєнні дії, тож звернемо увагу, як ця ситуація може вплинути на стан платіжного балансу. За даними НБУ [7], профіцит поточного рахунку в березні 2022 року становив 1.4 млрд. дол. США. Спостерігаємо інтенсивне зменшення експорту за всіма основними показниками на 52.4%, порівнюючи з відповідним періодом минулого року, внаслідок логістичних проблем, закриття підприємств та окупації частини Сходу України. Імпорт зменшився на 65.2%. Здійснена заборона імпорту товарів з РФ [8]. Водночас на прохання волонтерів дозволено здійснювати перекази для купівлі товарів оборонного характеру на суму 400 тис. грн щомісячно [9]. Спостерігається дефіцит послуг на рівні 502 млн. дол. США. Баланс первинних доходів стає профіцитним внаслідок скорочення за статтею «Доходи від інвестицій» на 72.6%. За статтею «Оплата праці» теж зменшуються надходження, на 24%, імовірно, через повернення частини трудових мігрантів чоловічої статі до України. Профіцит у вторинних доходах спричинений надходженням гуманітарної допомоги. Прогнозуємо, що сальдо за даною статтею буде додатним до закінчення військового конфлікту. Очевидно, що в умовах війни Україна стає інвестиційно відносно непривабливою, тому чистий відплив за фінансовим рахунком становить 1.4 млрд. дол. США. У той час від міжнародних партнерів надійшли кошти за кредитами на суму 1.9 млрд. дол. США.

В умовах війни стан платіжного балансу погіршується, відбувається скорочення зовнішньоторговельної діяльності, яке супроводжується зменшенням експорту та імпорту, співвідношення можуть змінюватися. У країні погіршується інвестиційна привабливість, що скорочує притік капіталу, тому уряду варто вживати певних заходів для залучення інвестицій, зокрема випуск ОВДП та інші інструменти. Важливу роль для врівноваження дисбалансів відіграє міжнародна допомога, яку необхідно продовжувати залучати.

Отже, основними проблемами в урівноваженні платіжного балансу є стабільно від'ємне сальдо торговельного балансу та нестабільність притоку капіталу за фінансовим рахунком. Експорт товарів менший за імпорт, через зовнішні фактори відбувається дисбаланс у первинних доходах. Так само негативні зовнішні чинники впливають на інвестиційні надходження. В умовах воєнного стану диспропорції платіжного балансу України лише поглиблюються.

#### Список використаних джерел:

1. Статистика зовнішнього сектору України за методологією 6-го видання "Керівництва з платіжного балансу та міжнародної інвестиційної позиції" (МВФ, 2009). Платіжний баланс України. Режим доступу: [https://bank.gov.ua/files/ES/BOP\\_u.xlsx](https://bank.gov.ua/files/ES/BOP_u.xlsx) (дата звернення: 10.05.2022)
2. Постанова КМУ. [Електронний ресурс] Режим доступу: Про внесення змін до переліку то... | від 15.05.2019 № 535 (rada.gov.ua) (дата звернення: 10.05.2022)
3. Постанова КМУ. [Електронний ресурс] Режим доступу: Питання запровадження спеціально... | від 17.07.2019 № 624 (rada.gov.ua) (дата звернення: 10.05.2022)
4. Інвестиційний індекс. ЄБА. Режим доступу: <https://eba.com.ua/biznes-lidery-deshho-pogirshlyu-otsinku-investklimatu-v-ukrayini-oryutuvannya-eva/> (дата звернення 10.05.2022)
5. Стратегія Національного банку України до 2025 року. Режим доступу: Strategy\_NBU.pdf (bank.gov.ua) (дата звернення 10.05.2022)
6. Національний банк запроваджує додаткові заходи для запобігання непродуктивному відтоку капіталу. [Електронний ресурс] Режим доступу: Національний банк запроваджує додаткові заходи для запобігання непродуктивному відтоку капіталу (bank.gov.ua) (дата звернення: 15.05.2022)
7. Огляд платіжного балансу України. Національний банк України. [Електронний ресурс] Режим доступу: [https://bank.gov.ua/files/ES/State\\_m.pdf](https://bank.gov.ua/files/ES/State_m.pdf) (дата звернення: 15.05.2022)
8. Постанова КМУ. [Електронний ресурс] Режим доступу: Про застосування заборони ввезен... | від 09.04.2022 № 426 (rada.gov.ua) (дата звернення: 15.05.2022)
9. НБУ розширив перелік транскордонних переказів для волонтерів та скоротив граничні строки розрахунків за експортно-імпортними операціями. [Електронний ресурс] Режим доступу: НБУ розширив перелік транскордонних переказів для волонтерів та скоротив граничні строки розрахунків за експортно-імпортними операціями (bank.gov.ua) (дата звернення: 15.05.2022)

**Sophia Davydiuk**

*Ivan Franko National University of Lviv*

#### DISPROPORTIONS OF UKRAINE'S BALANCE OF PAYMENTS IN 2019-2021

*Summary.* The paper examines Ukraine's balance of payments imbalances in 2019-2021. The paper identifies the causes of imbalance by items and describe the measures taken by the state to equilibrate the balance of payments. Moreover, the main problems that should be solved to get an equilibrium in the balance of payments of Ukraine are summarized.

*Keywords:* balance of payments, surplus, deficit, balance, capital inflows, capital outflows, current account, capital account, financial account, exports, imports.

**Алла Дацишин**

*Львівський національний університет ім. Івана Франка  
alla88kapibara@gmail.com*

## **АНАЛІЗ ТРУДОВИХ ВІДНОСИН В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ**

Трудові відносини постійно зазнають змін, особливо в умовах пандемії та війни. Тому на сьогодні гострим питанням відсоток населення, який знає та цікавиться своїми правами на працю. Нажаль в умовах, у яких ми зараз перебуваємо, складно встигати ознайомлюватися зі змінами у трудовому законодавстві.

Війна вплинула на всі можливі сфери життєдіяльності України, у тому числі й на трудові відносини, які зазнали відповідних змін. З метою актуалізації трудового законодавства, Верховна Рада України 15.03.2022 р. ухвалила Закон України «Про організацію трудових відносин в умовах воєнного стану» (24.03.2022 набув чинності, який визначає особливості трудових відносин працівників підприємств, установ, організацій незалежно від форм власності, виду діяльності та галузевої належності, а також осіб, які працюють за трудовим договором з фізичними особами, на період дії воєнного стану.

Детальніше хотілося б зупинитися на питанні оплати праці в умовах воєнного стану. Відповідно до спеціальної ст. 10 Закону заробітна плата має виплачуватися на умовах, визначених трудовим договором. Тобто Закон не позбавляє працівників доплат, надбавок, премій та інших гарантій в оплаті праці. Однак інші норми Закону розширюють права роботодавців, що може вплинути на розмір заробітної плати працівників та її отримання. Наприклад, частина друга ст. 10 Закону визначає, що в разі неможливості виплати заробітної плати через воєнні дії виплата зарплати може бути призупинена до моменту відновлення можливості підприємства здійснювати основну діяльність. Але це не означає, що не слід нараховувати зарплату, якщо робота виконується.

На сьогодні найменш дослідженими є знання населення про їх права на працю. Оскільки є великий відсоток людей, що не знають про свої права, це дає можливість не добросовісним роботодавцям використати людську неосвіченість у своїх цілях. Наприклад, беручи до уваги власний досвід, можу зауважити, що є певний відсоток працівників, варто зауважити – офіційно оформлених, не знають про зобов'язання роботодавця компенсувати невикористані відпускні. Найбільш вираженою проблемою не добросовісних роботодавців спостерігається саме у сфері фізичних осіб підприємців. Оскільки вони позбавлені зобов'язання вести повноцінний бухгалтерський облік, саме ці підприємства «економлять» на соціальному пакеті працівників. На противагу цьому є фірми, що мають відносно великий оборот, проте реєструють декілька ФОПів, що теж є значним недоліком для господарської системи, проте ці фірми намагаються прозоро донести до працівників їх права та обов'язки. Нажаль нехтуючи справедливим обліком заробітної плати своїх робітників.

Якщо проаналізувати відносини роботодавців з працівниками в Україні, то можна дійти до поділу роботодавців на два типи:

- А) Ті, що замовчують права працівників та приховують реальну заробітну плату працівників перед державою;
- Б) Ті, що показують працівникам їх права прозоро, проте теж приховують реальну заробітну плату.

За даними соціологічних досліджень, більш ніж половина громадян України погодилися б отримувати частину зарплати в конверті, зменшуючи таким чином податкові відрахування, а 16,6% опитаних заявили, що вже так роблять. Повністю нелегально працює кожен п'ятий.

Якби у 2021 році всі українці, що працюють, офіційно оформили трудові відносини, то додаткові надходження до бюджетів дорівнювали б річним видаткам на утримання Міністерства оборони України – понад 130 млрд грн.

Для вирішення цієї проблеми у першу чергу потрібно впроваджувати загальну економічну освіту для населення. Впроваджувати більше соціальної реклами, яка б пояснювала населенню, що заробітна плата має рости не за рахунок ухиляння від податків, а навпаки від наповнювання державного бюджету. У час війни потрібно показати населенню скільки одиниць зброї та екіпірування забрала у нашої армії «зарплата у конверті». Якщо виросте добробут країни, її економіка - виросте і середня заробітна плата.

*Список використаних джерел:*

1. <https://dif.org.ua/>
2. <https://www.epravda.com.ua/>
3. <https://www.legalaid.gov.ua/publikatsiyi/oplata-pratsi-v-umovah-voyennogo-stanu/>

**Datsyshyn Alla**

*Ivan Franko National University of Lviv*

### **ANALYSIS OF LABOR RELATIONS IN MARTIAL LAW IN UKRAINE**

Labor relations are constantly changing, especially in pandemics and wars. Therefore, the percentage of the population who knows and is interested in their rights to work is an urgent issue today. Unfortunately, in the current situation, it is difficult to get acquainted with the changes in labor legislation. The war affected all possible spheres of Ukraine's life, including labor relations, which underwent corresponding changes.

Keywords: The right to work, employers, employees, martial law, salary in an envelope, taxes, transparency, media.

Роман Демко

Університет банківської справи, Львів  
roman.demko228@gmail.com

## ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІНТЕГРОВАНОЇ ЗВІТНОСТІ

Світ змінюється під впливом глобалізації, розвитку технологій, зростання чисельності населення і тиску на екосистему у зв'язку зі збільшенням споживання природних ресурсів. Суспільство повинно реагувати на зміни, які відбуваються в довіллі, насамперед трансформацією економічної моделі. На теперішньому етапі розвитку світової економіки інтегрована звітність є одним з ключових інструментів корпоративного управління.

Інтегрована звітність – це поєднання елементів як фінансової так і нефінансової звітності підприємств. Вона стимулює організації думати про те, як усі їхні ресурси разом створюють вартість. У світовій практиці існують дві моделі формування інтегрованої звітності: *довільний та стандартизований*.

*Довільний (звіт вільного формату)* – складається за власною структурою, вихідною формою є буклети, які містять перелік екологічних, соціальних та інших проектів і ґрунтовні звіти, що складаються на основі власної розробленої системи показників.

*Стандартизований підхід* є більш ефективним і дає змогу систематизувати окремі фінансові і не фінансові показники, забезпечує їх зіставлення, підвищує ефективність використання користувачами при прийнятті управлінських рішень.

Інтегрований звіт висвітлює інформацію щодо ефективності використання підприємством різних видів капіталів (фінансового, виробничого, людського, природного) або впливу на нього та можливостей організації створювати вартість для себе та зацікавлених сторін, стратегічних орієнтирів її розвитку на різні періоди та виступає джерелом повної інформації, необхідної для прийняття рішень користувачами інтегрованої звітності.

Поширені *три підходи* до формування стандартизованих звітів. Перший заснований на Глобальному договорі і передбачає складання Звіту про прогрес реалізації принципів Глобального договору.

Другий базується на системі Глобальної ініціативи зі звітності (GRI) і передбачає формування Звіту зі сталого розвитку, який розкриває інформацію про діяльність компанії не тільки в економічній, але й в екологічній, соціальних та управлінській сферах. В економічній сфері розкривається інформація стосовно економічної результативності, ситуація і присутність на ринках, практика закупівлі, тощо. В соціальній – враховується система показників щодо практики трудових відносин, забезпечення безпеки праці, дотримання прав людини, взаємовідносини з суспільством та відповідальності за продукцію.

Третій підхід передбачає використання системи IR, яка базується на Міжнародному стандарті з інтегрованої звітності та будується на принципах стратегічної спрямованості, орієнтації на майбутнє, структурованості та чіткості інформації, надійності та суттєвості, врахуванні очікувань зацікавлених осіб. Особливістю даного підходу є стислість викладу [1, с.362].

На сьогодні за оцінками фахівців близько 95% компаній зі списку «GlobalFortune 250» добровільно публікують звітність про екологічні, соціальні та економічні наслідки своєї діяльності. Існування таких підходів до побудови системи звітування підприємств є прикладом зародження нової парадигми бухгалтерської звітності [2, с.11].

Методологічною основою формування інтегрованої звітності виступає системний підхід, за яким інтегрована звітність розглядається як система: цілісний комплекс взаємопов'язаних елементів (І.В. Блауберг, В.Н. Садовський, Е.Г. Юдін); сукупність взаємодіючих об'єктів (Л. фон Берталанфі); сукупність відносин (А.Д. Хол, Р.І. Фейджин) [3].

*Перехід на формат інтегрованої звітності вимагатиме від компанії значних перетворень, зусиль і витрат в рамках наступних процесів:*

- організація внутрішньої взаємодії та підвищення мотивації співробітників в рамках звітного процесу;
- перегляд низки корпоративних документів (облікової політики) та бізнес-процесів;
- удосконалення методології підготовки всього комплексу інтегрованої звітності;
- забезпечення функціонування формалізованої системи збору інформації та вдосконалення системи управління ризиками.

Отже, з урахуванням означених вище підходів до формування інтегрованого звіту, підприємства повинні розкривати фінансову і не фінансову інформацію так, щоб користувачі мали змогу комплексно оцінити їх діяльність по стратегії розвитку, структуру управління, ризики, бізнес-моделі суб'єкта господарювання, перспективи розвитку і т.д. Кожне підприємство має обрати власну структуру елементів та показників звітності відповідно до особливостей діяльності, очікувань, стадії та стратегії розвитку.

*Список використаних джерел:*

1. Кравченко О.В. Теоретичні та методичні засади формування інтегрованої звітності в Україні / О.В. Кравченко, Н.В. Овчарова // Економіка і суспільство. 2016. №6. С.359-366.
2. Куцик П. Інтегрована звітність як нова парадигма розвитку бухгалтерської звітності / П. Куцик, М. Корягін // Наук.-практ. журнал „Бухгалтерський облік і аудит». – 2015. – №5. – С.11-18. 2.Adams S., SimmettR., IntegratedReporting: AnOpportunityforAustralia'sNot-for-ProfitSector // AustralianAccountingReview. 2011. Vol. 21. No 3. P. 292-301.

Demko Roman

University of Banking, Lviv

FEATURES OF INTEGRATED REPORTING.

This study consists of a general analysis of the problems of integrated reporting. Aspects of the formation of the system of regulation of integrated reporting are analyzed. Problems and ways of development of the concept of integrated reporting are highlighted.

**Максим Дзямка**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*  
*dzymkamaxum@gmail.com*

## **ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ КІБЕРСТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ**

Основним завданням кіберстрахування є запобігання впливу масштабних хакерських атак. Цей вид страхування забезпечує фінансовий механізм відшкодування великих збитків, допомагаючи підприємствам відновити нормальну роботу, підтримувати стабільність, платоспроможність та зменшувати збитки через збої у виробництві.

Сьогодні в Україні існує низка нормативно-правових актів, які регулюють проблеми забезпечення кібербезпеки. Разом з тим у цих актах використовують неузгоджені та необґрунтовані теоретично терміни. Тому, у цьому напрямку вважаємо за доцільне виділити три основні проблеми: 1) відсутність визначень ключових термінів і категорій у науковій та фаховій літературі; 2) неузгодженість чинних нормативно-правових актів у сфері протидії кіберзлочинності; 3) відсутність національної системи боротьби з кіберзлочинністю, у тому числі шляхом забезпечення кіберризиків.

Зарубіжний досвід показав, що страхуванням кіберризиків можна значно знизити потенційну шкоду від дій кіберзлочинців. Для уникнення або зменшення збитків, які зазнають банківські установи через дії кіберзлочинців іноземні страхові компанії створили комплексні страхові продукти, наприклад, страхування від комп'ютерних злочинів – CCI (computer crime insurance) та страхування від атак хакерів – HI (hacker insurance). Розробка та використання передового зарубіжного досвіду методів кіберстрахування в банківській галузі представляє потенційну можливість розвитку.

Для ефективного та швидкого розвитку кіберстрахування в Україні необхідно запровадити певні заходи державної підтримки, особливо важливими напрямками кіберстрахування мають бути: уряд повинен допомогти страховому ринку розробити моделі ризику на основі зібраних даних. Уряд не має можливості проводити програму оцінки ризиків, але він має хороші можливості для інформування та аналізу тенденцій загроз від суб'єктів, організацій та галузей. Метою має бути поглиблення розуміння громадськістю ризиків і розробка кращих рішень щодо управління ризиками; страхові компанії - оператори кіберстрахування, повинні структурувати премії для стимулювання поведінки, що знижує ризики, і впроваджувати кращі світові практики у свою діяльність. Страхові компанії потребують достовірної інформації про ефективність заходів щодо зниження ризику, щоб встановлювати надбавки до цін, які спонукають компанії бути відповідальними за кібердії; уряд має стимулювати або впроваджувати обов'язкове кіберстрахування для державних та фінансових установ (купівлю полісів кіберстрахування), які відповідають мінімальним стандартам. Уряд має забезпечити, щоб політика, якою керуються підприємства, заохочувала найкращі практики кібербезпеки.; уряд за підвітністю має надати засновані на даних оцінки витрат на зобов'язання оборонних підприємств купувати кіберстрахування. Перш ніж доручити (або стимулювати) всю оборону галузь на придбання кіберстрахування, уряду необхідно зрозуміти, які витрати такі дії можуть накласти на ці компанії і, в кінцевому підсумку, на платника податків, який, ймовірно, буде нести тягар, оскільки компанії переносять витрати за рахунок збільшення ціни на їх товари та послуги.

Отже, для ефективного розвитку кіберстрахування у вітчизняній практиці, важливою є державна підтримка та ініціатива у цьому сегменті страхового ринку.

Оскільки українське кіберстрахування перебуває на ранній стадії розвитку, при формуванні його подальшого шляху розвитку слід значною мірою спиратися на позитивний досвід, накопичений у цій галузі провідними країнами, що свідчить про диверсифікацію послуг кіберстрахування. Русійною силою розвитку цього ринку стане прийняття відповідного законодавства у сфері кібербезпеки на національному рівні.

Розвиток систем страхування кіберризиків має майже повністю виключити людський фактор у розкритті інформації страхувальників, створити відповідні служби інформаційної безпеки та встановити обмежений доступ працівників до їхніх баз даних з індивідуальною відповідальністю правоохоронця. На законодавчому рівні необхідно посилити кримінальну відповідальність за включення працівників страхових компаній за збут інформаційних баз даних клієнтів та розголошення конфіденційної інформації.

Впровадження запропонованого підходу в поєднанні з прозорістю та розширеною взаємодією та співробітництвом між страховими компаніями та іншими економічними агентами призведе до диверсифікації страхових послуг та розвитку вітчизняного кіберстрахування, що суттєво зменшить збитки від кібершахрайства.

*Список використаних джерел:*

1. Про основні засади забезпечення кібербезпеки України: Закон України від 05.10.2017 № 2163-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2163-19>.
2. Про інформацію: Закон України від 2.10.1992 №2657-XII зі змін. та допов. від 2.12.2010 №2756-VI URL: [zakon.rada.gov.ua](http://zakon.rada.gov.ua)
3. Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах: Закон України від 05.07.1994 №80/94-ВР зі змін. та допов. від 27.03.2014 №1170-VII URL: [zakon.rada.gov.ua](http://zakon.rada.gov.ua)
4. Про основи національної безпеки України: Закон України від 19.06.2003 №964-IV зі змін. та допов. від 12.02.2015 №186-VIII URL: [zakon.rada.gov.ua](http://zakon.rada.gov.ua).
5. Стратегія національної безпеки України: Указ Президента України від 12.02.2007 №105 зі змін. та допов. від 8.06.2012 №389(2012) URL: [zakon.rada.gov.ua](http://zakon.rada.gov.ua).
6. Конвенція про кіберзлочинність: Міжнародний документ від 23.11.2001. Конвенцію ратифіковано із застереженнями Законом України від 07.09.2005 №2824-IV URL: [zakon.rada.gov.ua](http://zakon.rada.gov.ua).

**Maksym Dziamka**

*Ivan Franko National University of Lviv*

### **PROBLEMS OF CYBER INSURANCE DEVELOPMENT IN UKRAINE**

The article reveals the concept and importance of cyber insurance for Ukraine. Features of the development of cyber insurance in Ukraine and the possibility of implementing cyber insurance systems with the assistance and assistance of the state authorities of Ukraine are revealed. The main problems are identified and ways of development are suggested.

*Keywords:* cyber insurance; insurance companies; hacker attacks; the Government of Ukraine; cyber-security; information security; insurance sector.

Аліна Дида

Львівський національний університет імені Івана Франка  
alina.dyda@lnu.edu.ua, oksana.vilchynska@lnu.edu.ua

## СТАТИСТИЧНЕ ВИВЧЕННЯ РЕСУРСІВ ДОМОГОСПОДАРСТВ УКРАЇНИ

Сучасний ринок не можливо уявити без скоординованої взаємодії його суб'єктів, які вступають в різного роду економічні відносини. Серед цих суб'єктів досить вагоме значення мають домашні господарства, адже вони виступають обов'язковим елементом у ринковому кругообігу товарів і ресурсів, а їх споживання є дуже важливим показником добробуту населення.

Для з'ясування сутності категорії «домогосподарство» звернемося до її трактування в матеріалах ООН, яка рекомендує визначати домашнє господарство як «особу чи групу осіб, поєднаних з метою забезпечення всім необхідним для життя», тобто об'єднаних спільним веденням господарства. Поняття «домогосподарство» не слід ототожнювати з поняттям сім'я, адже сім'я – сукупність осіб, що живуть разом, пов'язаних родинністю та спільним бюджетом, але часто для спрощення підрахунків їх ототожнюють.

Відповідно до системи національних рахунків до домашніх господарств відносять домашню прислугу та населення, яке перебуває в різних колективах: вихованці будинків дитини та інвалідів, військовослужбовці строкової служби, ув'язнені та інші [1].

Особливість сектору домашніх господарств в умовах ринкової економіки – те, що вони є головними споживачами ринкових та неринкових благ та послуг, а також власниками факторів виробництва (земля, праця та капітал). Саме населення формує пропозицію робочої сили та попит на продукти та послуги, за що отримує дохід, одну частину якого споживають, а іншу зберігають у вигляді заощаджень або використовують у формі інвестицій [1].

Виходячи з вищевикладеного, очевидно, що домогосподарства є не тільки суб'єктом економіки, а й цілою багатофункціональною системою, що має власну мету, завдання та функції. Головною метою домогосподарств є підвищення матеріального добробуту [2].

Функції домогосподарств:

- економічна;
- економічно - побутова;
- репродуктивна;
- правова;
- первинного соціального контролю;
- рекреаційна [3].

Ресурси домогосподарств – сукупність активів, що перебувають у розпорядженні громадян і використовуються з метою забезпечення їх діяльності. Ресурси громадян включають грошові доходи, вартість продукції з особистого підсобного господарства, пільги та субсидії, суму використаних заощаджень, залучених позик, повернутих домогосподарству боргів, а також інших надходжень. Найбільшу частку сукупних ресурсів домогосподарств складають грошові доходи [3].

Грошові доходи домогосподарств охоплюють всі грошові та натуральні (визначені в грошовому еквіваленті) надходження, що одержують члени домогосподарства у звітному періоді. До них, зокрема, належать: оплата праці, доходи від підприємницької діяльності та самозайнятості; дивіденди, надходження від продажу цінних паперів, нерухомості, особистого та домашнього майна; продукції підсобного господарства; соціальна допомога, пенсії, стипендії, грошова допомога від родичів та ін [2].

Згідно з останніми статистичними даними, кількість домогосподарств України у 2021 році становила 14678 тис., з них 67,7% міських домогосподарств, а третина – сільські домогосподарства.

Дані вибіркового обстеження умов життя домогосподарств упродовж 2010–2020 років свідчать про збільшення сукупних ресурсів домогосподарств. У 2020 році порівняно з 2010 роком середньомісячні сукупні ресурси домогосподарства збільшились у 3,5 рази і становили 12432,3 грн [4].

Основними факторами зростання сукупних ресурсів домогосподарств були: підвищення оплати праці та пенсій; надання адресної соціальної допомоги; доходи від підприємницької діяльності.

Сукупні ресурси домогосподарств у 2020 році порівняно з 2019 року збільшились на 2,6% (з 12118,5 до 12432,3 грн/міс.). Найбільший темп зростання відбувся у пенсіях, стипендіях та соціальній допомозі – 1,111, водночас найменшим був у пільгах та субсидіях – 0,293.

Найбільшу частку ресурсів домогосподарств у 2020 році становлять грошові доходи – 93,9%. Ця частка зросла на 1,9% порівняно з аналогічним показником у минулому році. Абсолютний приріст грошових доходів становить 524,9 грн (11673,9 грн у 2020 році проти 11149,0 грн у 2019 році), темп приросту дорівнює 104,7%. Найбільше абсолютне значення 1% приросту у грошових доходах – 5,01.

Також зросла частка оплати праці у структурі сукупних ресурсів домогосподарств та становить 58,3% у 2020 році проти 57,3% у 2019 році. Абсолютне зростання дорівнює 304,1 грн (7248,0 грн у 2020 році проти 6943,9 грн у 2019 році), а темп приросту становить 104,4%.

Збільшення сукупних ресурсів домогосподарств відповідно вплинуло і на їх середньомісячні сукупні витрати та сприяло певному скороченню диференціації населення за рівнем добробуту.

Побудувавши ряди розподілу та охарактеризувавши центр розподілу сукупних ресурсів домогосподарств України протягом 2010-2020 років отримаємо наступні дані: мода інтервального ряду розподілу становить 4702 – найбільше домогосподарств, в яких вартість сукупних ресурсів становить 4702 грн, а медіана – 5239 – в половини домогосподарств України протягом 2010-2020 років сума сукупних ресурсів була меншою за 5239 грн, а в половини більшою; середнє арифметичне дорівнює 6837,73 – середня вартість сукупних ресурсів домогосподарств протягом 2010-2020 років; середнє лінійне відхилення – 2441,26; дисперсія – 7284112,24; коефіцієнт варіації дорівнює 0,39, отже варіація є високою, а розподіл сукупності однорідним. Що дозволяє нам робити висновки, про те, що в більшості домогосподарств України вартість сукупних ресурсів не сильно відрізняється. Визначимо асиметрію та ексцес інтервального ряду розподілу. Коефіцієнт асиметрії дорівнює 0,622, це означає, що асиметрія є значною та правосторонньою. Середньоквадратична похибка асиметрії становить 0,598, що дозволяє нам визначити, що розподіл генеральної сукупності є симетричним. Коефіцієнт ексцесу дорівнює 1,719, отже досліджуваний ряд розподілу є гостровершинним.

Важливим показником у дослідженні ресурсів домогосподарств є коефіцієнт Джині (індекс нерівності або індекс справедливості). Його розробив на початку ХХ століття італійський економіст Коррадо Джині. Індекс показує розрив між бідними і багатими верствами населення: що вище коефіцієнт, то більший розрив – 0 є показником абсолютної рівності, а 1 означає, що весь дохід зосереджений в одних руках [5].

Для України у 2021 році цей показник був на рівні 0,249 (0,249 у міській місцевості та 0,236 – у сільській), а у 2020 році індекс Джині був 0,251 (0,259 у міській місцевості та 0,223 – у сільській). Бачимо незначну тенденцію до зниження рівня розшарування між

населенням, це є позитивним моментом оскільки зменшується розрив між бідними та багатими. Сильно різняться показники між міським та сільським населенням – у міській місцевості розрив між бідними та багатими є значно більший ніж у сільській місцевості. У порівнянні до минулого року ця різниця дещо зменшилася, що безперечно є позитивним моментом. Загалом коефіцієнт Джині в Україні є на помірному рівні нерівності, оскільки за міжнародними стандартами припустимим для економічного розвитку країн є коефіцієнт Джині, що сягає до 0,4 [6].

Провівши дане дослідження стає очевидно, що зв'язок між рівнем розвитку країни та матеріальним достатком домогосподарств є значним. Це можемо побачити за допомогою коефіцієнта Джині, оскільки чим нижчим є розшарування між населенням, тим більше домогосподарств є матеріально забезпеченими.

*Список використаних джерел:*

1. Шубна Е. В. Класифікації домогосподарств як суб'єкта національної економіки/ Е.В. Шубна // Вісник Донбаської державної машинобудівної академії. – 2012. – № 1Е (6). – С. 225 – 230.
2. Юрій С. І. Фінанси домогосподарств: теоретичні підходи до трактування сутності / С.І. Юрій, Т.О Кізіма // Фінанси України. – 2008. - № 8(153). – 431 с.
3. Мельник А. Сектор домогосподарств у сучасній економічній системі: теоретичні та емпіричні аспекти / А. Мельник, Н. Ціщик // Вісник ТНЕУ– 2008. – № 3. – С. 7–21.
4. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс] - Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
5. Коефіцієнт Джині. [Електронний ресурс] - Режим доступу : <https://www.slovovidilo.ua/2021/04/23/infografika/svit/indeks-dzhyni-2020-sviti-yakum-buv-rozryv-mizh-bahatym-bidnym-naselennyam>
6. Нерівність доходів населення в Україні. [Електронний ресурс] - Режим доступу : <http://ej.journal.kspu.edu/index.php/ej/article/view/714/700>

**Alina Dyda**

*Ivan Franko National University of Lviv*

STATISTICAL STUDY OF HOUSEHOLD RESOURCES IN UKRAINE

The structure of total resources of Ukrainian households during 2010-2020 is studied. Dynamic series of distribution of total resources of households are constructed and their statistical estimation is carried out. An assessment of the uniformity of the distribution of resources of households in Ukraine and the relevant conclusions. The Gini coefficient in Ukraine is described

*Keywords:* household, resource, subject, cash income, distribution series, Gini coefficient

Валентина Добош

Львівський національний університет імені Івана Франка

Doboshvalya2401@gmail.com

## МЕХАНІЗМИ ПІДТРИМКИ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ РОСІЙСЬКОЇ ВІЙСЬКОВОЇ АГРЕСІЇ

Військові дії на території нашої держави завдають нищівних руйнувань економіці. Валовий внутрішній продукт України за підсумками 2022 року може впасти на 45,1%, порівняно з попереднім роком. [5] А це означає, що платоспроможність наших громадян істотно зменшиться. Для того, щоб не дати вітчизняній економіці зупинитися, необхідно, щоб продовжував працювати бізнес. За словами міністра фінансів Сергія Марченка, в умовах суттєвих недонаходжень до державного бюджету через війну важливим для країни є продовження роботи бізнесу та створення робочих місць. [1]

Воєнні дії на теренах України тривають вже 3-й місяць, і люди починають звикатися з думкою про війну. Багато українців, які спочатку закрили свої підприємства, відновлюють їх, дехто повертається з-за кордону в рідні домівки і т.д. Останнім часом спостерігається поступове пристосування підприємців до нових умов та відновлення їхньої роботи. За результатами опитування Європейської Бізнес Асоціації, у квітні суттєво скоротилась кількість непрацюючих підприємств – наразі таких 26 відсотків, тоді як місяць тому їх було 42 відсотки. 3-поміж опитаних малих бізнесів 17 відсотків вже відновили роботу після тимчасового припинення і ще 23 відсотки готуються до відновлення. [1]

Важливим кроком підтримки підприємницького сектора в економіці України є оперативна дерегуляція та оновлення державної політики у податковій та митній сферах. Суттєве зменшення адміністративного та податкового навантаження на бізнес дозволяє залишати більше коштів в обороті та мати ресурс на подолання викликів, які зараз виникають.

Закон України від 15.03.2022 № 2120-ІХ "Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану" містить кардинальні зміни щодо єдиного податку, зменшення ПДВ та акцизу на пальне, податкові стимули для великого бізнесу та благодійності. Зокрема, для стабілізації цін на пальне передбачено пільги, а саме зменшено ставку податку на додану вартість на пальне з 20% до 7%, а також скасовано акциз. Друге, оновлено спрощену систему оподаткування та надано пільги із сплати податків. ФОП 1,2 груп мають право не сплачувати єдиний податок - ця норма є добровільною. [10]

Також під час дії воєнного стану дозволяється проводити лише фактичні податкові та камеральні перевірки декларацій, до яких подано заяву про повернення суми бюджетного відшкодування податку на додану вартість. Фактичні податкові перевірки (за місцем фактичного провадження платником діяльності) здійснюються щодо: дотримання норм законодавства про регулювання обігу готівки; ведення касових операцій; наявності відповідних ліцензій та свідоцтв; дотримання роботодавцем вимог законодавства щодо оформлення трудових відносин з працівником; порядку здійснення платниками податків розрахункових операцій. Будь-які інші перевірки забороняється проводити на період дії воєнного стану, а ті перевірки, які розпочалися та не завершилися до 24 лютого поточного року, зупиняються до закінчення воєнного стану. [6] Також оновлено спрощену систему оподаткування та надано пільги із сплати податків. Протягом воєнного стану та 3 місяці потому штрафи та пеня з ЄСВ не стягується, а перевірки не проводяться. [7]

24 березня 2022 року Верховна Рада ухвалила чергові зміни до законодавства для спрощення частини бюрократичних процедур на період дії правового режиму воєнного стану. [2] А саме - було підтримано законопроект 7190 від 22.03.2022, який повністю звільнив від оподаткування ввезення транспортних засобів громадянами. Звільнено від акцизного податку та ПДВ ввезення транспортних засобів суб'єктами спрощеної системи. [9]

Також в Україні запустили спеціальні програми в «Дія Бізнес». Наприклад:

- *Працевлаштування внутрішньо переміщених осіб* – буде надано компенсацію роботодавцям витрат на зарплату працевлаштованих внутрішньо переміщених осіб у розмірі 6,5 тис грн за кожного такого працівника протягом двох місяців (для участі підприємству потрібно укласти трудовий контракт з громадянином, який є внутрішньо переміщеною особою, і зареєструвати дані про працевлаштовану особу через портал Дія або надати заяву до Державної служби зайнятості);

- *Тимчасове переміщення підприємств з постраждалих під час війни регіонів* - для підприємств, які подадуть заявку, будуть створені умови для забезпечення безкоштовного переїзду до місця тимчасового переміщення. Буде надана допомога в підборі відповідних площ для розміщення виробництва; переміщення та розселення персоналу; підборі працівників в місці дислокації після переїзду;

- *Єдина платформа цифрової взаємодії для допомоги в релокації бізнесу;*

- *Повний огляд ініціатив щодо релокейту підприємств* і т.д. [3]

Наприкінці лютого в Україні запустили державний криптовалютний фонд, щоб збирати гроші на підтримку армії та населення під час війни. За технічну сторону проекту відповідає українська криптобіржа Kupa, а розпорядник коштів – Міністерство оборони та Міністерство цифрової трансформації. Фонд приймає пожертви у 25 віртуальних валютах, зокрема Bitcoin, Ethereum, Dogecoin та TrueUSD. Організація «Повернись живим», один із найбільших фондів для допомоги воєнним, приймає SWIFT-перекази, гривні, а також Bitcoin, Ethereum та Tether. [4]

Незважаючи на критичну важливість підтримки роботи бізнесу в умовах повномасштабної війни з російською федерацією, як вияв чітко громадянської позиції, вважаємо за доцільне бойкотування компаній, які так і не вийшли з ринку країни-агресора. Про вихід з російського ринку від початку війни заявило понад 500 компаній, серед яких найбільші нафтогазові компанії США, промислові гіганти, провідні косметичні та побутові мережі, продемонструвавши чітку позицію підтримки всього цивілізованого світу в боротьбі зі злом. [2] Однак є і ті компанії, які дуже повільними кроками виходить з російського ринку, аргументуючи це "крайньою необхідністю". Більшість з них мають франшизи і в Україні, наприклад, Huawei, Asus, Lenovo, Nestle, Barilla та інші. Варто зауважити, що ми повинні не просто спонукати міжнародні організації та компанії виходити з ринку, а й публічно бойкотувати їх, не купляти їхньої продукції чи послуги, висвітлювати інформацію про їхню неявну підтримку Росії

Отже, війна створила чимало проблем як для тих підприємців, які були змушені закритися через небезпеку чи нестачу ресурсів, так і для тих, хто знаходиться у відносно безпечних територіях, а також для звичайних людей, які втратили роботу, а відповідно і платоспроможність. Держава створила певні механізми, спеціальні програми, які мають за мету полегшення ведення бізнесу. Велику роль відіграє також особиста усвідомленість кожного українця, що саме ми можемо зупинити спонсорвання злочинних дій агресора.

*Список використаних джерел:*

1. Час до роботи: як ввімкнути бізнес у часи війни. URL: <https://www.unian.ua/economics/finance/biznes-pid-chas-viyni-yak-zropochati-y-chim-ce-mozhe-zagrozhuвати-novini-ukrajina-11802603.html> (дата звернення: 16.05.2022).
2. Українська економіка під час війни. Що далі? URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/04/15/685810/> (дата звернення: 16.05.2022).
3. Підтримка бізнесу в умовах війни. URL: <https://business.diia.gov.ua/wartime> (дата звернення: 16.05.2022).



4. Від початку війни Україна отримала понад \$125 млн пожег у криптовалюти. Понад 50% коштів ідуть на армію. URL: <https://forbes.ua/news/ukraina-otrimala-ponad-125-milyoniv-dolariv-pozhertv-u-kriptovalyuti-16052022-6028> (дата звернення: 16.05.2022).
5. Світовий банк прогнозує падіння ВВП України на 45%. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/04/11/685540/> (дата звернення: 16.05.2022).
6. Зміни до проведення податкових перевірок: що передбачено в Законі № 2120-IX. URL: [https://jurliga.ligazakon.net/news/210627\\_zmni-do-provedennya-podatkovikh-perevrok-shcho-peredbacheno-v-zakon--2120-ix](https://jurliga.ligazakon.net/news/210627_zmni-do-provedennya-podatkovikh-perevrok-shcho-peredbacheno-v-zakon--2120-ix) (дата звернення: 16.05.2022).
7. Нові податкові пільги для ФОПів та підприємств в умовах війни. URL: <https://if.tax.gov.ua/media-ark/news-ark/576960.html> (дата звернення: 16.05.2022).
8. Проект Закону про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо вдосконалення законодавства на період воєнного стану. URL: <https://itd.rada.gov.ua/billInfo/Bills/Card/39279> (дата звернення: 16.05.2022).
9. Українців пропонують повністю звільнити від оподаткування ввезення транспортних засобів. URL: [https://biz.ligazakon.net/news/210129\\_ukrantsv-proponuyut-povnstyu-zvlniti-ud-opodatkuvannya-vvezennya-transportnikh-zasobv](https://biz.ligazakon.net/news/210129_ukrantsv-proponuyut-povnstyu-zvlniti-ud-opodatkuvannya-vvezennya-transportnikh-zasobv) (дата звернення: 16.05.2022).
10. Нові податкові пільги для ФОПів та підприємств в умовах війни. URL: [https://buh.ligazakon.net/news/210106\\_nov-podatkov-plgi-dlya-fopv-ta-pdprimstv-v-umovakh-vuni](https://buh.ligazakon.net/news/210106_nov-podatkov-plgi-dlya-fopv-ta-pdprimstv-v-umovakh-vuni) (дата звернення: 16.05.2022).

**Dobosh Valentyna**

*Ivan Franko National University of Lviv*

#### MECHANISMS TO SUPPORT BUSINESS IN UKRAINE IN THE FACE OF RUSSIAN MILITARY AGGRESSION

This scientific work is devoted to the mechanisms of support for business and the population during the war. These mechanisms include the recruitment of the maximum number of able-bodied people, temporary simplification of permitting and regulatory functions, state assistance in relocating business and the like.

*Keywords:* war, relocation, GDP, deregulation, cryptocurrency fund.

Юлія Домбровська

Львівський національний університет імені Івана Франка  
YULIA.DOMBROVSKA@lnu.edu.ua

## ВПЛИВ ВІЙНИ В УКРАЇНІ НА ЗОВНІШНЮ ТОРГІВЛЮ З КРАЇНАМИ ЄС

Зовнішньоекономічна діяльність є важливою для усіх країн. Міжнародна торгівля є значущим елементом взаємодії національної економічної системи з іншими: вона дозволяє заявити про себе, посилити конкурентоспроможність товаровиробників, а відтак дохід, рівень та якість життя населення. Міжнародні економічні відносини сьогодні є надзвичайно важливими, адже сприяють не лише розвитку торговельних відносин, а й впливають на низку важливих суспільних рішень, лобіюючи перш за все інтереси власної країни, позитивно впливаючи на зведений бюджет та ВВП країни.

Україна є доволі активним учасником міжнародної торгівлі, експортуючи різноманітні товари та послуг. Всесвітньовідомими українськими товарами є агропромислова продукція, металургія та продукція ІТ-сектору, за обсягами експорту яких Україна посідає перші місця. Характерною ознакою в останні роки є деіндустріалізація експорту та закріплення його аграрної спеціалізації. Вітчизняна економіка продовжує утверджуватися на міжнародних ринках як ключовий гравець, проте продовольчі товари і сільськогосподарська сировина остаточно закріпилися як основа українського експорту.

Рис. 1 показує географічну структуру зовнішньої торгівлі України з країнами ЄС. Так, бачимо, що у 2021 р. найбільше Україна експортувала до Польщі, Італії та Німеччини.

### Географічна структура зовнішньої торгівлі з країнами ЄС у 2021 році

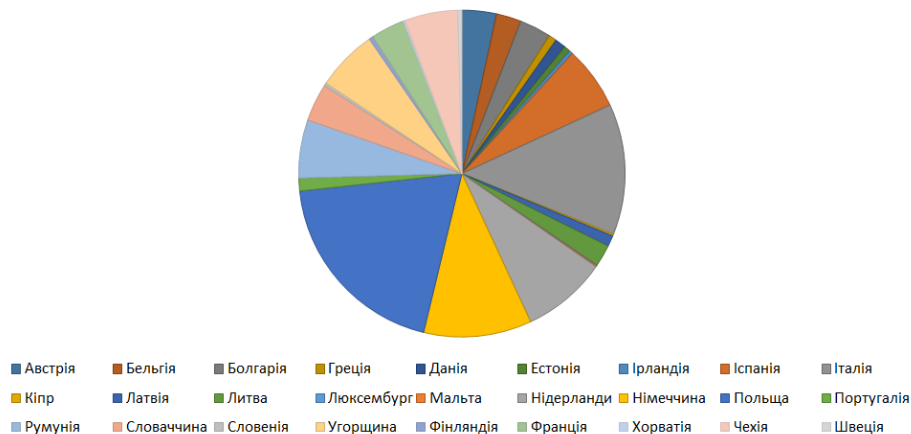


Рис. 1. Географічна структура зовнішньої торгівлі з країнами ЄС у 2021 році

Джерело: Діаграма побудована на основі даних Державної служби статистики [1]

За 2021 р. Україна експортувала до країн ЄС товарів та послуг на суму 26794664,7 тис.дол. США, що складає 149,4% від експорту 2020 р. [1]

У січні 2022 р. частка експорту до ЄС у загальній структурі зовнішньої торгівлі України становила 40,3 %, що на 57 % більше ніж у січні 2021 р., у грошовому вираженні становить 2427,0 млн дол. США. ЄС є важливим торговельним партнером України, а Україна є 15-м найбільшим торговельним партнером ЄС, що становить близько 1,2 % від загального обсягу торгівлі ЄС. Торгівля між Україною та ЄС зросла після тимчасового застосування ПВЗВТ у 2016 . У 2016-2021 рр. український експорт до ЄС зріс на 87 %, досягнувши 24,1 млрд євро у 2021 р. Загальна торгівля між двома партнерами оцінюється в 52,4 млрд євро [2].

Основним експортом України до ЄС є сировина (залізо, сталь, гірничодобувна продукція, сільськогосподарська продукція), хімічні продукти та машини. У 2021 р. сільськогосподарська продукція становила приблизно одну третину імпорту ЄС з України. Основний експорт ЄС в Україну в 2021 р. становив 28,3 млрд євро, головню це обладнання та транспортне обладнання, хімікати та промислові товари. Експорт ЄС зріс настільки ж вражаюче, як і для України: 74,9 % з 2016 року, що залишило ЄС із профіцитом торгівлі України в розмірі 4,2 млрд євро [3].

З початком повномасштабного вторгнення Росії на територію України відбулися зміни в усіх секторах економіки, постраждала й зовнішня торгівля. За оцінками Міністерства економіки України експорт українських товарів скоротився удвічі. На території України сільськогосподарське виробництво та постачання продовольства були заблоковані Росією. Це призвело до того, що Україна припинила експорт основних продуктів харчування, зокрема пшениці та соняшникової олії, щоб захистити внутрішні постачання. Міністри сільського господарства країн G7 підписали спільну декларацію про зобов'язання 11 березня 2022 р. на позачерговому засіданні підтримати продовольчі ринки та підтримати продовольчі постачання в Україні.

Уряд України повідомляє, що країна щодня втрачає 170 мільйонів доларів через блокування портів [4]. Подальші торговельні перспективи України залежатимуть не лише від її торговельних партнерів, а й від відновлення фізичної шкоди, якої зазнала країна, і про стан її портів.

Наразі уряди країн ЄС висунули пропозицію про скасування усіх мит для українських товарів. Ідеться про мита, квоти та антидемпінгові заходи. Пропозиція ЄС щодо спрощення торгівлі з Україною передбачає скасування всіх торговельних обмежень для українського експорту, однак неторговельні залишаються. Проте логістичні проблеми залишаються відкритими, оскільки навіть після скасування мит, коли деякі виробничі потужності зруйновані і підприємства залишаються на захоплених територіях, експорт є неможливим. Ухвалений проєкт [5] дасть змогу спростити торгівлю, скасовуючи торговельні обмеження для українського експорту, однак неторговельні залишаються.

Рішення ЄС про відкриття ринку значно спростить життя транзитному експорту і знизить адміністративні витрати, пов'язані із сплатою мит, збільшить прибутки експортерів та підвищить конкурентоспроможність їх продукції. Рішення ЄС відкрити ринки для України – важливий жест підтримки держави в умовах війни. Проте користь від нього отримають і жителі Євросоюзу. Оскільки Євросоюз зараз страждає від шаленої інфляції, «запуск» значно дешевших українських товарів дасть змогу знизити ціни і тим самим сповільнити темпи розвитку інфляції.

Отже, Україна має доволі потужний експортний потенціал за певними категоріями товарів і послуг. Аналізуючи експортні операції, видно, що експорт послуг України перевищує імпорт, натомість експорт товарами програє іноземному імпорту. Якщо раніше, в довоєнний період, існувала низка проблем, пов'язаних з недостатньою кількістю капіталовкладень для виробництва експортно-орієнтованої продукції і відповідно її низької якості для прийняття на європейський ринок, то зараз кризовий стан лише погіршився внаслідок російсько-української війни. Зважаючи на те, що більша частина портів, через які Україна експортувала товари є заблокованою, наразі говорити про значне збільшення доходу від експорту через скасування мит не доводиться.

*Список використаних джерел:*

1. Географічна структура зовнішньої торгівлі товарами з країнами ЄС [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2021/zd/ztt\\_ES/ztt\\_es\\_u/arh\\_ztt\\_es\\_2021\\_u.html](http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2021/zd/ztt_ES/ztt_es_u/arh_ztt_es_2021_u.html).
2. EU-Ukraine trade and investment relations and the impact of Russia's war [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/EXPO\\_BRI\(2022\)639321](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/EXPO_BRI(2022)639321).
3. Товарна структура зовнішньої торгівлі України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
4. Прем'єр-міністр України та Президент Євросоюзу скоординували спільні кроки для розв'язання проблеми експорту української агропродукції [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.kmu.gov.ua/news/premyer-ministr-ukrayini-ta-prezident-yevro-radi-skoordinuvali-spilni-kroki-dlya-rozvyazannya-problemi-eksportu-ukrayinskoyi-agroprodukcii>
5. EU takes steps to suspend all duties on imports from Ukraine [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP\\_22\\_2671](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_22_2671).

**Yuliia Dombrovska**

*Ivan Franko National University of Lviv*

#### THE IMPACT OF THE WAR IN UKRAINE ON FOREIGN TRADE WITH EU COUNTRIES

The author has analyzed the peculiarities of Ukraine's foreign trade with the EU countries. The main groups of goods that Ukraine specializes in are identified. The influence of Russia's war against Ukraine on the state of Ukraine's foreign trade, its changes and prospects for further development are analyzed.

*Keywords:* foreign trade, export, EU, Russia-Ukraine war.

**Н.Н. Друшчак**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*  
*naz2001r@gmail.com*

## **АНАЛІЗ ТЕКСТОВИХ ДАНИХ У ПРОГНОЗУВАННІ КУРСУ КРИПТОВАЛЮТИ**

Ринок криптовалют з кожним роком все більше і більше набуває популярності через свою високу прибутковість, але ця прибутковість супроводжується великим ризиком, який утворюється через значну невизначеність.

Криптовалюта — це цифровий актив, який може циркулювати без необхідності центрального монетарного органу, такого як уряд або банк. Натомість криптовалюти створюються за допомогою криптографічних методів, які дозволяють людям купувати, продавати або безпечно торгувати ними. Через те, що немає центрального органу, котрий керує даним активом волатильність на ринку доволі значна. Одним із таких факторів може бути публікація новин, яка може впливати на ціну активу.

Класичні методи прогнозування не дозволяють аналізувати та оцінювати нечислову інформацію у своїх реалізаціях. Для цього потрібно застосувати новітні методи аналізу, а саме машинне навчання та його складову для роботи з текстовою інформацією (NLP), що дозволить отримати релевантне та зрозуміле для прогностичних моделей числове вираження часових рядів.

Машинне навчання (Machine learning, ML) – сукупність методів штучного інтелекту, набір алгоритмів, які застосовують, щоб створити машину, яка вчиться на власному досвіді. В якості навчання машина обробляє величезні масиви вхідних даних і знаходить у них закономірності[2].

Одним із найсучасніших реалізацій у машинному навчанні є моделі трансформери, котрі зробили прорив у сфері обробки тексту. Вперше таку модель було описано в статті «Attention Is All You Need»[1]. Вона складається з двох частин, а саме кодера та декодера, які можна використовувати самостійно одна від одної.

Модель трансформер — це нейронна мережа, яка вивчає контекст і, таким чином, значення, відстежуючи відносини в послідовних даних, як слова в цьому реченні.

Моделі-трансформери застосовують набір математичних прийомів, які називають увагою або самоувагою, щоб виявити способи впливу навіть віддалених елементів даних у ряді та їх залежності один від одного.

Особливістю трансформера є те, що вони завжди тренуються на великих масивах даних, що дозволяє краще розуміти об'єкт дослідження. Після чого, їх налаштовують на чіткі завдання за допомогою невеликих наборів даних. На прикладі текстових даних, такі моделі дозволяють вирішувати завдання класифікації, семантичного аналізу, узагальнення, генерації тексту та інші. Через свою особливість та архітектурну будову моделі даного виду випереджують своїх попередників та показують кращий результати.

За допомогою трансформер моделі, а саме при використанні задачі семантичного аналізу можливо утворити певні додаткові часові ряди, котрі зможуть описувати приналежність новинного фону на ринку до певного впливу (позитивного, негативного чи нейтрального). При проведенні поглиблених досліджень було визначено, що застосовувати даний фактор як окремого показника не є доцільно через незначну точність.

При використанні новинного фону у множині інших факторів у мультифакторній часовій моделі, модель може показати значний приріст точності та зменшення середньої квадратичної помилки (MSE) майже у двічі.

Тобто, при побудові прогностичної моделі застосування новинного фону дозволить отримувати якісніші прогнози. Для покращення результатів моделі, потрібно використати менші часові періоди та збільшити кількість новинних ресурсів, що приведе до покращення прогнозів. Це зумовлено тим, що криптовалюта є надзвичайно волатильною і використання менших часових проміжків покращить результати прогнозів. Також потрібно пам'ятати, що ринок криптовалют часто змінює свою тенденцію, що потребує частого перетренування моделі для того, щоб отримувати ефективні результати.

*Список використаних джерел:*

1. A. Vaswani, N. Shazeer, N. Parmar Attention Is All You Need URL: <https://arxiv.org/pdf/1706.03762.pdf> (дата звернення 30.04.2022)
2. Штучний інтелект, машинне навчання та нейронні мережі URL: <https://evergreens.com.ua/ua/articles/machine-learning-overview.html> (дата звернення 30.04.2022)

**N. Drushchak**

*Ivan Franko National University of Lviv*  
**NLP IN CRYPTOCURRENCY PREDICTION**

Cryptocurrency has become an important part of the industry. And cryptocurrency prediction can have very big profit. In this paper we will consider how to use textual information, namely news to predict the cryptocurrency rate as one of the factors of a multifactor forecasting model or a single indicator.

*Keywords:* cryptocurrency, machine learning, NLP, transformer, time series forecasting

Ольга Творидло

Львівський національний університет імені Івана Франка  
olgalviv4@gmail.com

## ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК БАНКІВНИЦТВА В УКРАЇНІ

Потреба в цифровізації обумовлена бажанням постійно вдосконалювати процеси, а банки прагнуть покращити свої конкурентні позиції на ринку, що в свою чергу позитивно впливає на економіку країни та її інвестиційну привабливість. У цифровому світі перемагають ті банки, які мають можливість надати послуги, які повністю відповідають потребам споживачів. За умови зростання конкуренції на банківському ринку, інновації скеровані на залучення нових та підтримання вже існуючих користувачів банку, а також збільшення, розширення та удосконалення методів надання користувачам диверсифікованого спектру послуг і включають утворення та впровадження продуктів діяльності банку, які є конкурентоспроможними.

Центральним поняттям цифрової економіки є Інтернет, тому першочерговим завданням переходу на цифрову економіку є забезпечення вільного доступу та швидкісної передачі даних в мережі Інтернет. За рік після впровадження мобільного зв'язку третього покоління (3G) стандарту UMTS кількість абонентів в Україні перевищила 15 млн. Компанія Vodafone Україна зараз обслуговує 7 млн. 3G-абонентів, трохи менше – у "Київстару" (6 млн. 3G-користувачів). Ще 2,7 млн. абонентів обслуговує третій гравець ринку – lifecell. Важливість мобільного інтернету для банківського сектору зумовлена зручністю для клієнта співпрацювати з банком в будь-якому місці та часі. Основною перевагою мобільних банківських додатків є те, що банк пристосовується до клієнта а не навпаки, даний аспект збільшує кількість клієнтів і фінансових операцій [8, с.191].

Сьогодні результатом впровадження цифровізації є поява нових інноваційних продуктів та послуг. Найбільш розповсюдженими є такі види вітчизняних інноваційних банківських продуктів:

1) мобільний банкінг – завдяки мобільному телефону можна здійснити більшість операцій із власними рахунками, він відкриває великий спектр послуг, зокрема, залишок по рахунку, платежі, перекази коштів, кредити однієї фізичної особи іншій тощо. Як уважають експерти, мобільний телефон замінить пластикovu картку як засіб платежу вже через кілька років. Саме за допомогою NFC-чипів, які вбудовані у телефон, буде відбуватися ідентифікація клієнта, тому зникне потреба в паспорті, тому що ідентифікація клієнта банком стане можливою лише за допомогою телефону. Сьогодні ця тенденція з'явилася на ринках США і Європи, де ідентифікація вже відбувається навіть за адресою електронної пошти клієнта;

2) Інтернет-банкінг – ключова новація, яка сьогодні пропонується клієнтам більшістю банків. Україна входить у топ-10 країн Європи за кількістю користувачів, але через низьке проникнення в регіони все ще має значний потенціал зростання Інтернет-аудиторії у майбутньому. Для банків це відкриває великі можливості, тому експерти роблять основну ставку саме на розвиток віддаленого банкінгу;

3) «зона 24» – за допомогою цього продукту клієнт може самостійно керувати своїми рахунками, одержувати консультацію фахівця call-центру, залишати заявку на одержання послуги, записатися на обслуговування в будь-яке відділення банку. Практично кожна «зона 24» оснащена банкоматом, модулем поповнення готівкою CashIn, телефоном доступу до інформаційної служби. Цей напрямок банківської діяльності продовжує вдосконалюватися;

4) електронний залишок – упровадження даної послуги в касах банку дозволяє скоротити витрати на обіг монет, оскільки залишок менше однієї гривні зараховується на рахунок мобільного телефону клієнта або у вигляді електронного ваучера;

5) POS-термінали в торговельних мережах – на відміну від західних країн вони не призвели до глобальної революції в українському безготівковому просторі. Однак сьогоднішні 15 % безготівкових операцій з платіжними картками все-таки змушують банкірів вірити в посилення цього тренду в найближчі п'ять років. У майбутньому POS-термінали будуть установлювати самі торговці, оскільки в оплату будуть прийматися не пластикові картки, а інформація з NFC-чипів, вбудованих у телефон. Тим часом термінали самообслуговування, що з'явилися кілька років тому, набирають популярності як у банківських відділеннях, так і за їхніми межами [9].

Продуктовий підхід є найбільш валідним та актуальним визначенням терміну «банківські інновації», тому що саме він характеризує банківські нововведення. Насамперед, це стосується того, що кожен банківський продукт є кінцевим результатом інноваційної діяльності. Не дивлячись на таку конкретизацію, цей підхід є досить вузьким, тому як банківська діяльність охоплює більше можливостей та послуг, які надає. Тому важливо ще враховувати такі чинники як: швидкість, безпека, та надійність, що впливають на стійкість та ефективність діяльності банку.

На продуктовому підході ґрунтується ще й таке поняття «банківська інновація», яке розглядають як утворення банківського продукту, але уже більш комерційно привабливого, який досить вигідний для користувачів та здатен задовольнити більше потреб на більш вигідних умовах. Вчені відносять до поняття «інновації» абсолютно всі банківські операції та діяльність, які пропонує банк та виділяються стадії такого нововведення: поява пропозиції, її розробка, впровадження у конкретному продукті чи послуді, доведення до комерційного використання та поширення рішення, яке спричинило зміну у діяльності банку, маючи на меті отримати вигоду.

Нововведення в банківській сфері мають свої особливості, які полягають в оцінюванні наступних компонентів: прибуток-ліквідність-ризик. Всі банківські продукти показують своє значення лише на ринку, в дії, а тому всі банки зацікавлені впроваджувати у своїй діяльності інновації для збільшення своєї конкурентоспроможності. Всі банківські нововведення є досить складними в технологічному здійсненні.

Формування єдиної науково обґрунтованої концепції управління інноваційним розвитком банківської системи є достатньо складною науково-практичною задачею, вирішення якої потребує врахування багатьох чинників. Так, сучасна концепція інноваційного розвитку повинна спиратися на потреби суспільного розвитку, внутрішні потреби банку та враховувати об'єктивні обмеження щодо реалізації цілей інноваційного розвитку. Більш того, концепція інноваційного розвитку повинна враховувати закономірності глобального науково-технічного розвитку, диференціацію форм і методів науково-технічної діяльності, появу нових інструментів управління інноваційною діяльністю тощо [3]. Схема розроблення концепції управління інноваційним розвитком наведена на рис. 1.

Впровадження концепції управління інноваційним розвитком залежить від спроможності банку реалізувати креативну ідею. Оцінка інноваційної спроможності банку повинна базуватися на адаптивності банку та аналізі таких показників, як ефективність управління, контроль, управління ризиками, цілісність та надійність банківської інформації, якість обслуговування клієнтів, інфраструктура та інформаційні можливості.



Рис.1. Схема розроблення концепції управління інноваційним розвитком банку.

Складено автором на основі джерела [3].

У підсумку зауважимо, що відповідно різних підходів щодо тлумачення змісту інновацій у банківській системі її все ж розглядають у якості кінцевого результату діяльності банку. Тому важливим постає, щоб банківські інновації працювали на клієнта та були реалізовані на ринку.

Список використаних джерел:

1. Е-банкінг / Коммунальные платежи. Режим електронного доступу: [http://www.prostobank.ua/internet\\_banking](http://www.prostobank.ua/internet_banking)
2. Банківська система України: інституційні зміни та інновації : кол. моногр. / [Л.О. Примостка, М. І. Діба, І. В. Краснова та ін.]; за заг. ред. Л. О. Примостки. – К. : КНЕУ, 2015, – 434 с.
3. Степаненко О.П. Тенденції інноваційного розвитку банківської системи України / О.П. Степаненко // Актуальні проблеми економіки. – № 6(132), 2012. – С. 275 – 282.
4. Єгоричева С. Методичні засади організації інноваційного процесу в комерційних банках / С. Єгоричева // Вісник Національного банку України. – 2011. – № 1. – С. 53–57.
5. Інноваційний розвиток в Україні: наявний потенціал і ключові проблеми його реалізації : аналіт. доп. / Центр Разумкова // Національна безпека і оборона. – 2004 – №7. – С. 24.
6. Лозовий В. С. Застосування проектного підходу в сфері науки як ресурс модернізації і розвитку України : аналіт. записка / В. С. Лозовий. – Режим доступу : [www.niss.gov.ua/articles/1225](http://www.niss.gov.ua/articles/1225).
7. Мошенець О. Інноваційні продукти і технології на ринку банківських послуг / О.Мошенець // Фінансовий ринок України. – 2011. – № 12. – С. 7-8.
8. Лечаченко Т. А. Реалізація інформаційних технологій банкінгу в Україні / Т. А. Лечаченко // Збірник тез доповідей Міжнародної науково-технічної конференції „Актуальні задачі сучасних технологій“, 16-17 листопада 2017 року. — Т. : ТНТУ, 2017. — Том 3. — С. 191–192.
9. Мошенець О.В. Інноваційні продукти і технології на ринку банківських послуг / О.В. // Фінансовий ринок України. – 2011. – № 12. – С. 7–8.

Olha Tvorydlo

Ivan Franko National University of Lviv

INNOVATIVE DEVELOPMENT OF BANKING IN UKRAINE

**Abstract.** Digitalization is an important area of development of various sectors of the Ukrainian economy, including banking. The digitalization of the banking industry is a synthesis of modern organizational, economic and managerial innovations in any field of banking, related to the introduction of innovative methods, new banking products and services to increase and expand the customer base and increase the competitiveness of banks. In conditions of increasing competition, digitalization helps to expand the customer base, increase the market share of banking services, reduce costs, increase financial stability and security of banks. The digitalization of banks involves the transformation of research and development, other technological advances into new or improved banking products and services, processes used in practice, or new ways of selling products and services that are adapted to current customer requirements. Attractive features of digital banking products are high reliability, profitability and quality. Digitalization of banking is aimed at making a profit from the introduction of modern financial technologies. The result of digitalization of the banking industry is new products and services or products and services with new qualities: innovative plans and projects; new intellectual products; modern new technological equipment and processes; new ways of forming the market of modern banking products and services. Digitalization requires significant investment, and as most domestic banks have limited own financial resources, the importance of their efficient use is growing significantly. We believe that a common indicator of digital efficiency is the effect, which can be economic, scientific, technological, social and environmental. In this case, all the effects are somehow reflected in the final result of the bank: profit or loss.

**Keywords:** banking; innovations; innovative development; banking system.

**Галина Дубик**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*  
*gdubik17@gmail.com*

## **ЗНАЧЕННЯ ФІНАНСОВОГО АУДИТУ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ**

Фінансовий аудит набуває все більшого значення для національних підприємств, аудитори постійно вдосконалюють свої методології та розширюють спектр своїх можливостей та відповідальності. Зважаючи на воєнний стан та події на національному полі виникає гостра потреба вдосконалити та пристосувати фінансовий аудит до сучасних реалій.

В першу чергу, важливим фактором є нові інформаційні технології у фінансовому аудиті. Потреба застосування інформаційних технологій у фінансовому аудиті, як і аудиті в цілому, є наслідком розвитку ІТ, їх доступністю та можливістю застосування в усіх сферах суспільного та економічного життя. Важливим завданням стоїть створення комплексних корпоративних автоматизованих систем, що охоплюють усі взаємопов'язані найрізноманітніші процеси, усі аспекти внутрішньої і зовнішньої діяльності на основі застосування сучасних забезпечувальних, функціональних та предметних ІТ. Така система уможливіє досягнення мети автоматизації управління та процесу фінансового аудиту – реалізацію ІТ у сфері управління, автоматизації контрольного процесу – за спільної роботи управлінського (контрольного) персоналу і комплексу технічних засобів.

Під час воєнного стану та стану агресії з боку іншої країни часто застосовуються організовані кібератаки щоб нанести шкоду підприємствам і організаціям, незаконно використати інформацію. Фінансовий аудит допомагає усвідомлювати реальну імовірність таких атак і вживати необхідних запобіжних заходів для аналізу ризиків, ініціювати обговорення питань кібербезпеки щодо наявності засобів та планів реагування на такі кібератаки та отримати відповідні письмові пояснення та запевнення.

За допомогою фінансового аудиту можна переконатися в тому, що управлінський персонал належним чином розкриває перспективи підприємства, як недостовірні інформація може вплинути на користувачів фінансової звітності, враховуючи поточний високий ступінь невизначеності.

Враховуючи значення фінансового аудиту, то також враховуються труднощі управлінського персоналу у складанні прогнозів на майбутнє, з огляду на крайню невизначену та мінливу ситуацію. Такі прогнози можуть суттєво змінитися за короткий проміжок часу. Аудитори застосовуватимуть професійне судження та скептицизм.

Аудитори допомагають визначити відносини з фізичними чи юридичними особами, які підпадають під санкції, підприємству чи компанії та її клієнтам та заморожувати активи цих осіб та припинити надання будь-яких послуг зазначеним юридичним і фізичним особам.

Також одним із важливих завдань аудитора у ході фінансового аудиту повідомити про підозрілу діяльність Державну службу фінансового моніторингу України відповідно до законодавства. Одним із ключових факторів є те, що економічні наслідки війни можуть вплинути на бухгалтерський облік та звітність компаній. Вплив залежить від таких чинників як: залежність від російського чи білоруського ринків; наявність дочірніх компаній або активів в Росії, Білорусі або в зоні бойових дій; пов'язаність з особами, що перебувають під санкціями. Цей вплив фінансовий аудит допомагає регулярно переглядати, оскільки подальший розвиток, тривалість та вплив війни неможливо передбачити. З фінансовим аудитом буде повністю дотримано стандарти бухгалтерського обліку (МСФЗ або ПСБО) стосовно розгляду подій після звітного періоду та оцінки безперервності діяльності.

Оскільки вторгнення в Україну відбулося наприкінці лютого 2022 року, це подія, яка не вимагає коригування після звітного періоду. Згідно П(С)БО 6 такі події слід розкривати в примітках до фінансових звітів, якщо відсутність інформації про них вплине на здатність користувачів звітності робити відповідні оцінки та приймати рішення. Згідно МСБО 10 щодо кожної категорії суттєвих подій, які не вимагають коригування після звітного періоду, суб'єктові господарювання слід розкрити характер подій; та попередню оцінку їх фінансового впливу або констатувати, що така оцінка неможлива. Таким чином залежно від впливу війни на компанії, буде залежати від конкретних обставин суб'єкта господарювання. Ця інформація буде розкрита у примітках до фінансової звітності щодо потенційного впливу на наступний звітний період.

Фінансовий аудит також спонукає до розглядання та розкриття можливого впливу війни у звіті про управління при повідомленні про основні ризики та невизначеності, якщо подальший можливий розвиток подій може привести до негативних відхилень від прогнозів компанії.

Зважаючи вищезгадане можна зробити підсумок про значення фінансового аудиту під час воєнного стану, оскільки значного значення набувають кібербезпека, економічна нестабільність та невизначеність, то він допомагає узагальнювати та підкреслювати значення кожного конкретного чинника на вплив діяльності, зважати на всі нові та неочікувані наслідки, не нівелювати важливість потреб в фінансовому аудиті.

### *Список використаних джерел:*

1. Офіційний сайт Державної служби фінансового моніторингу України URL: <https://fmu.gov.ua>;
2. Офіційний сайт Ради з національної безпеки і оборони України URL: <https://www.rnbo.gov.ua/ua/Ukazy/>;
3. Фінансовий аудит: інформаційно-аналітичне забезпечення : монографія / [Є.В. Мних, С.В. Бардаш, К.О. Назарова, О.Л. Шерстюк, В.П. Белякова, В.П. Міняйло] ; за ред. Є.В. Мниха. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 416 с.

**Halyna Dubyk**

*Ivan Franko National University of Lviv*  
*gdubik17@gmail.com*

### **THE IMPORTANCE OF FINANCIAL AUDIT DURING MARTIAL LAW**

This article is devoted to determining the importance of financial audit during martial law. The main and key aspects of financial audit in times of uncertainty were identified - cybersecurity, economic instability, personal assessment of the situation by the auditor, and the imposition of sanctions, financial statements, information technology.

*Keywords:* audit, war, financial audit, martial law, cybersecurity.

Ірина Дутчак

Львівський національний університет імені Івана Франка  
iryna.dutchak@lnu.edu.ua

## ФАКТОРИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ЯКІСТЬ ОБЛІКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ДЛЯ ПОТРЕБ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Поглиблене вивчення компонентів оцінки якісного стану облікового процесу на підприємстві показує важливість забезпечення роботи інформаційними продуктами, доводить провідну роль інформації в інформаційному суспільстві, а також в умовах військового стану, що запроваджений в Україні. Облікова інформація є компонентом інформаційного середовища демократично розвиненого суспільства. Облікова інформація орієнтована на виконання завдань перед її користувачами, зокрема, перед власниками, найманими працівниками, постачальниками і споживачами, державними інституціями і суспільством в цілому. Розвиток інформаційного суспільства формує нові підвищені вимоги до облікової інформації, зокрема до її якості. На даному етапі відчувається потреба у загальному, системному підході до забезпечення якості облікової інформації.

Під якість облікової інформації розуміють сукупність рис та характеристик вихідних даних рахунків бухгалтерського обліку та звітності, що дає можливість задовольняти існуючі або передбачені потреби споживачів. Максимальне задоволення потреб усіх користувачів облікової інформації стає основним критерієм діяльності бухгалтерських служб підприємств. Категорія якості інформації є багатоаспектною і визначається через систему частинних визначень якості інформації, кожне з яких відображає окремі її аспекти.

Вивчення питань забезпечення якості економічної інформації входило до кола наукових інтересів багатьох вчених. Теоретичне обґрунтування забезпечення різних показників якості облікової інформації, як продукту бухгалтерських служб підприємств, висвітлювалося у працях таких науковців: Бруханський Р.Ф., Гончар О.В., Гуцаленко Л.В., Кірейцев Г.Г., Кузнецова С.А., Пахолок Р.Я., Пушкар М.С., Циліорик Г.І., Шатковська Л.С. Однак, прискорення процесів обміну інформацією, підвищення вимог до її достовірності, мети поширення та перевірки джерел походження вимагає подальшого удосконалення оцінки якості облікової інформації.

Для оцінки якості облікової інформації необхідно застосовувати такі критерії як: релевантність, точність, своєчасність та пунктуальність, узгодженість та порівнянність, доступність та ясність.

На практиці існує конфлікт між якістю облікової інформації та вартістю її отримання. Виникає дилема цінності кінцевого інформаційного продукту: з одного боку, якість інформації досягається шляхом витрат на її збір, обробку, аналіз, групування і збереження, а з іншого боку – якість дає користувачу корисний ефект, цінність якого кожен споживач визначає самостійно виходячи із своїх інформаційних потреб та вартості угод, на які впливають рішення, прийняті на основі отриманої інформації. Економічна ефективність від підвищення якості – це відношення корисного ефекту від підвищення якості до витрат на підвищення якості.

Таким чином, якість облікової інформації розглядається як критична оцінка споживачами ступеня відповідності її властивостей і показників якості очікуванням та обов'язковим нормам відповідно до її призначення; якість облікової інформації як сукупність властивостей інформації, які визначають її здатність задовольняти певні потреби відповідно до призначення.

Розрізняють два рівні збору інформації: 1) централізований (на рівні підприємства) та 2) децентралізований (на рівні структурних підрозділів). Досвід показує, що якість облікової інформації залежить від того, на якому саме рівні вона збирається.

Централізована облікова система має більше можливостей для забезпечення якості інформації, що досягається використанням високо-кваліфікованих кадрів, науково обґрунтованих методів обробки, технічного забезпечення, програмного забезпечення і т.д. Перевагою децентралізованої системи є її оперативність завдяки меншому розриву в часі між фіксацією господарських операцій і використанням готової інформації.

В умовах постійного зростання попиту на облікову інформацію, важливо розуміти, що головною метою є не збільшення обсягів інформації взагалі, а збільшення обсягів інформації високої якості.

Фактори, що впливають на якість інформації, можна поділити на такі групи:

- національні – це певні національні особливості формування облікової інформації та вимог, що висуваються до інформації, обумовлені рівнем економічної грамотності;
- політичні – фактори впливу на якість інформації політики держави, яка визначає структуру економіки і, відповідно, підходи до якості;
- технічні – якість інформації залежить від технічного рівня її створення. Розвиток інформаційних технологій дозволяє значно покращувати якість інформації завдяки можливостям її обробки;
- економічні – якість інформації тісно пов'язана із її споживчою вартістю. Витрати на досягнення якості облікової інформації повинні обґрунтовано співвідноситися із її споживчою вартістю;
- соціальні – фактори впливу соціального середовища;
- інституційні – фактори впливу на якість інформації професійних норм і правил, усталеного порядку формування, подання, поширення інформаційних продуктів обліково-економічного характеру.

Якісні характеристики інформації про господарські операції підприємства забезпечує система прийомів бухгалтерського обліку таких як: документація, інвентаризація, оцінка, калькуляція, система рахунків, подвійний запис, баланс, звітність. Якість облікової інформації визначається відповідно до потреб та вимог користувачів на основі низки критеріїв, кожен з яких відображає окремі її аспекти.

НПСБО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [2] надає критерії якості інформації, що подається у фінансових звітах та обліку, зокрема, інформація що повинна бути: дохідливою і зрозумілою її користувачам; містити лише доречну інформацію, яка впливає на прийняття рішень користувачами; достовірною; зіставною – надавати можливість користувачам порівнювати фінансові звіти підприємства за різні періоди, різних підприємств; дотримуватися визначених Положенням принципів: автономності підприємства; безперервності діяльності; періодичності; історичної (фактичної) собівартості; нарахування та відповідності доходів і витрат; повного висвітлення; послідовності; об'єктивності; превалювання сутності над формою; єдиного грошового вимірника [1]. Якість бухгалтерської інформації обумовлюється критеріями її корисності.

Отже, при розробленні методології для забезпечення якості облікової інформації необхідно дотримуватися принципу відображення, який полягає у перенесенні якості процесу збору і обробки на якість результату. Система бухгалтерського обліку забезпечує роботу трирівневого механізму досягнення якості: якість системи бухгалтерської служби і облікової політики; якість процесу відображення господарських операцій в обліку; якість результату формування інформації на рахунках бухгалтерського обліку та у фінансовій звітності.



*Список використаних джерел:*

1. Закон України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» № 996-XIV. – Режим доступу <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text>
2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2013 р. за N 73 – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http:// zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0397-99](http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0397-99).

**Iryna Dutchak**

*Ivan Franko National University of Lviv  
iryna.dutchak@lnu.edu.ua*

**FACTORS AFFECTING THE QUALITY OF ACCOUNTING INFORMATION FOR THE NEEDS OF ENTERPRISE MANAGEMENT**

The quality of accounting information is understood as a set of features and characteristics of the initial data of accounting and reporting, which makes it possible to meet the existing or anticipated needs of consumers. Maximum satisfaction of the needs of all users of accounting information becomes the main criteria for the activities of accounting services of enterprises. The category of information quality is multidimensional and is determined through a system of partial definitions of the quality of information, each of which reflects a separate aspect of it.

*Keywords:* quality of accounting information, accounting system, economic information, enterprise management.

Олег Дячок

Львівський національний університет імені Івана Франка  
oleromanovuch@gmail.com

## ВІДОБРАЖЕННЯ В ОБЛІКУ ОПЕРАЦІЙ З КРИПТОВАЛЮТАМИ

За сучасних умов господарювання криптовалюта набуває значення одного з найвагоміших активів, а криптовалютні операції все частіше починають фіксуватись у фінансовій звітності підприємств. Для достовірного відображення операцій з криптовалютами в обліку потрібно виходити перш за все від сутності їх сприйняття, що визначається метою їхнього використання на конкретному суб'єкті господарювання. Це дозволить правильно обрати кореспондентні рахунків бухгалтерського обліку для відображення господарських операцій. Дане питання доволі широко розглянуто в науковій літературі. Зокрема, О. Новак і О. Петрук [1] пропонують використовувати модель обліку криптовалют як фінансових інвестицій (поточних або довгострокових). Для придбання та реалізації криптовалюти з метою отримання прибутку від короткострокових коливань цін автори рекомендують обрати субрахунок 352 «Інші поточні фінансові інвестиції», а при купівлі з метою отримання прибутку від довгострокового коливання цін (більше 1 року чи операційного циклу) використовувати субрахунок 143 «Інвестиції непов'язаним сторонам». В. Фостолович [2] доводить що криптовалюти слід розглядати як фінансовий інструмент, який оцінюється за справедливою вартістю на дату операції. Відповідно операції з криптовалютою доцільно обліковувати на субрахунок 352 «Інші поточні фінансові інвестиції». Дослідженням даного питання займались також І. Дерун і І. Склярчук [3], які запропонували обліковувати криптовалюти, що використовуються у спекулятивних цілях, як інші поточні фінансові інвестиції, а ті, що використовують для купівлі товарів чи послуг, як інші кошти. Окремої думки Л. Кирильєва і Д. Шеховцова [4], які пропонують для цілей обліку криптовалют відобразити їх у складі еквівалентів грошових коштів. Львівський вчений М. Корягін [5] вбачає за доцільне використовувати новий рахунок 32 «Електронні гроші». С. Рогозний [6] рекомендує сприймати і відобразити криптовалюту в обліку та звітності як запаси або нематеріальний актив.

На сьогоднішній день не існує спеціальних директив (стандартів) бухгалтерського обліку які врегульовують питання відображення криптовалютних операцій. Тому потрібно керуватись діючим Планом рахунків [7] та Інструкцією про застосування Плану рахунків [8], чинними МСБО і МСФЗ та застосувати закладені в них принципи і підходи. Відповідно до МСБО та виходячи з бізнес-моделі суб'єкта господарювання використовуємо положення 38 «Нематеріальні активи» [9] або МСБО 2 «Запаси» [10].

У зв'язку з тим, що криптовалюти можуть використовуватись з різним функціонально-цільовим призначенням, неможливо застосувати універсальний підхід до методики їх бухгалтерського обліку. Найбільш доцільним на мою думку є комплексний підхід обліку криптовалютних операцій у залежності від мети їх набуття, утримання та призначення:

1. Як еквіваленти грошових коштів. Криптовалюта може бути одержана як засіб платежу за продукцію, товари чи послуги тому її необхідно відобразити згідно Плану рахунків бухгалтерського обліку на рахунок 335 «Електронні гроші, номіновані в національній валюті». Але зважаючи на стрімкий розвиток сфери віртуальних активів та з метою удосконалення методики обліку криптовалютних операцій доцільно створити новий рахунок 336 «Цифрові валюти».

2. Запаси (товари). Якщо підприємство видобуває криптовалюту шляхом майнінгу, її слід визнати та обліковувати як запаси.

3. Фінансові інвестиції. При купівлі суб'єктом господарювання криптовалюти на термін більше року з метою отримання доходу через зростання курсової вартості такого активу, потрібно класифікувати як довгострокову фінансову інвестицію непов'язаній стороні. В разі, якщо криптовалюта придбана для перепродажу, або буде використовуватись суб'єктом господарювання для обміну в період до одного року, її потрібно класифікувати як іншу поточну фінансову інвестицію. Такими рахунками повинні бути відповідно: 143 «Інвестиції непов'язаним сторонам», 352 «Інші поточні фінансові інвестиції».

4. Нематеріальні активи. Серед науковців на сьогоднішній день тривають дискусії щодо віднесення криптовалют до нематеріальних активів. Однозначним є той факт, що згідно з п. 4.11 Концептуальної основи [11] матеріальна форма не є суттєвою для існування активу. Тому не зважаючи на електронну форму обігу криптовалюту можна розглядати як актив, за умови що суб'єкт господарювання очікує в майбутньому отримання від неї економічної вигоди та контролює її. Пропоную для обліку криптоактивів застосувати синтетичний рахунок другого порядку 128 «Віртуальні активи», в якому відкривати аналітичні рахунки для обліку конкретних криптовалют (Bitcoin, Litecoin та інші). Відповідно для обліку носіїв на яких зберігається криптовалюта потрібно використовувати рахунок 336 «Цифровий гаманець». Варто зазначити що допоки зміни і доповнення в Планах рахунків не будуть внесені суб'єкти господарювання можуть використовувати для обліку криптовалют рахунок 127 «Інші нематеріальні активи».

Можна зробити висновок, що незважаючи на відсутність єдиного підходу до облікової політики відображення криптовалютних операцій, вони повинні фіксуватись у звітності суб'єктів господарювання в залежності від цілей їх використання. Ідея комплексного підходу приналежності криптовалют одночасно до декількох категорій активів у бухгалтерському обліку потребує подальшого дослідження та розвитку, а існуючі Плани рахунків необхідно доповнювати для коректного відображення нових об'єктів в обліку.

*Список використаних джерел:*

1. Петрук О.М. Сутність криптовалюти як методологічна передумова її відображення / О.М. Петрук, О.С. Новак // Вісник ЖДТУ. Серія "Економічні науки". — 2017. — Вип. 4 (82). — С. 48—55.
2. Фостолович В.А. Механізм управління криптовалютою в обліковій системі підприємства / В.А. Фостолович // Ефективна економіка. — 2018. — № 5. URL: [http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/5\\_2018/57.pdf](http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/5_2018/57.pdf) (дата звернення: 12.05.2022).
3. Дерун І.А. Онтологічні аспекти сутності криптовалюти та її відображення в обліку / І.А. Дерун, І.П. Склярчук // Наукові записки Національного університету "Острозька академія", серія "Економіка". — 2018. — № 11 (39). — С. 163—170.
4. Кирильєва Л.О. Методичний підхід до обліку розрахункових операцій з використанням криптовалют / Л.О. Кирильєва, Д.Д. Шеховцова // Бізнес-Інформ. — 2018. — № 3. — С. 304—308.
5. Корягін М.В. Електронні гроші: особливості використання та бухгалтерський облік / М.В. Корягін, В.Р. Ліва // Вісник Національного лісотехнічного університету України : зб-к наук.-техн. праць. — Львів, 2012. — Вип. 22.5. — С. 241—246.
6. Рогозний С. Віртуальна валюта: визнання й оцінка в контексті застосування МСФЗ. URL: <https://zakon.help/article/virtualna-valyuta-kriptovalyuta-valyuta-viznannya?menu=185> (дата звернення: 12.05.2022).
7. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, затверджений наказом Міністерства фінансів України від 30.11.1999р. № 291 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0892-99#Text> (дата звернення 12.05.2022).
8. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, затверджена наказом Міністерства фінансів України від 30.11.1999р. № 291 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99#Text> (дата звернення 12.05.2022).
9. Нематеріальні активи. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 38. Міжнародний документ № 929\_050 від 01.01.2012. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929\\_050](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_050) (дата звернення 12.05.2022).

10. Запаси. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 2. Міжнародний документ № 929\_010 від 12.03.2013. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929\\_010](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_010) (дата звернення 12.05.2022).

11. Концептуальна основа фінансової звітності від 01.09.2010р. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929\\_009](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_009) (дата звернення 12.05.2022).

**Diachok Oleh**

*Ivan Franko National University of Lviv*

#### REFLECTION IN THE ACCOUNTING OF CRYPTOCURRENCY TRANSACTIONS

*Annotation.* The abstracts analyze the main approaches to the reflection of cryptocurrency transactions in accounting, identify a specific Chart of Accounts to be used by the entity, and provide recommendations for improving the accounting methodology.

*Keywords:* accounting, cryptocurrencies, virtual currencies, cryptocurrency transactions, financial reporting.

**Олеся Еберт**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*  
*olesia.ebert@lnu.edu.ua*

## **ОСОБЛИВОСТІ АУДИТУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ**

Сільськогосподарська галузь України є важливою складовою національної та світової економіки. Ринкові відносини, які склалися в аграрному секторі національної економіки, земельна реформа, відкриття ринку землі, зумовлюють потребу побудови і запровадження методів і форм управління, а також вдосконалення контролю бізнес-процесів. Важливу контрольну функцію для учасників аграрного ринку відіграє аудит, як форма незалежного професійного контролю. Особливістю аудиту діяльності підприємств сільськогосподарського сектору економіки є сукупність природних факторів, технологія виробництва кінцевого продукту, сезонність бізнес-процесів, особливості формування власності на майно, державне регулювання, оподаткування.

Для ефективності контролю діяльності підприємств аграрного сектору економіки доцільно використовувати три види аудиту, які тісно інтегровані між собою: екологічний аудит, внутрішній та незалежний фінансовий аудит.

Метою створення системи екологічного аудиту є формування дієвого механізму запобігання та вирішення екологічних проблем, який би став невід'ємною частиною діяльності суб'єкту аграрного бізнесу та територіальної громади. Екологічний аудит є одним із суттєвих аспектів у розробці та розвитку стратегії бізнесу, запорукою успіху діяльності сільськогосподарських підприємств за рахунок: зниження собівартості виробленої сільськогосподарської продукції в результаті економії енергії, сировини та природних ресурсів; використання відновлювальних джерел енергії; зменшення відходів рослинництва і тваринництва; використання органічних добрив на відновлення земельних ресурсів та біологічних активів, тощо. Актуальність проведення екологічного аудиту сільсько-господарських підприємств і організацій має чітко окреслені: економічний, екологічний і соціальний аспекти. При цьому найбільший вплив на прийняття рішення про його проведення мають економічні чинники.[2]

Внутрішній аудит діяльності суб'єкту бізнесу безпосередньо пов'язаний із потребою власників в оперативній та точній інформації щодо стану активів, капіталу, розрахунків з метою ефективного управління. Служба внутрішнього аудиту створюється аграрними холдингами з метою контролю виконання бюджетів виробництва, контролю якості продукції рослинництва та тваринництва, матеріально-технічного постачання, наявності матеріальних засобів захисту збереження активів, і т.д.

Особливістю внутрішнього аудиту діяльності підприємств з виробництва сільськогосподарської продукції є природні втрати, погодні та кліматичні умови, епідемічні ситуації, відновлення природних ресурсів, тощо. Служба внутрішнього аудиту, як правило, має на меті не лише виявити відхилення, помилки чи факти шахрайства у діяльності управлінського персоналу, але й запобігати їх появі, оптимізуючи засоби технічного і інформаційного захисту.

Незалежний фінансовий аудит проводиться у відповідності до вимог Закону України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» [1] та Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду іншого надання впевненості та супутніх послуг. [3] Багатовекторність діяльності сільськогосподарського підприємства прямо впливає на організацію і методику проведення аудиту, бо значна кількість бізнес-процесів пов'язаних з рухом біологічних активів ускладнює перевірку правильності обліку його в бухгалтерських регістрах. При проведенні аудиту необхідно враховувати не лише сезонність робіт, але й витрати, які змінюються в залежності від кліматичних умов.

Особливості проведення аудиту на агропідприємствах мають тісний опосередкований зв'язок із різноманітністю технологій сільськогосподарського виробництва щодо отримання продукції: рослинництво, тваринництво, допоміжне виробництво тощо, а також значною кількістю процесів, які відбуваються в цій галузі. [4]. Відтак, у інших секторах економіки не спостерігається процесів в результаті яких від одного виду сільськогосподарської культури або тварини отримувалось би ще кілька видів побічної продукції, що впливає на розмежування витрат та їх безпосередню оцінку та облік.

Аудит кожного конкретного сільськогосподарського підприємства тісно пов'язаний із розробкою рекомендацій щодо підвищення рівня координації процесів планування, обліку, аналізу, контролю й регулювання діяльності, що дозволить підвищити якість управлінських рішень та ефективність системи енергозбереження підприємством в цілому, забезпечить достовірну й неупереджену інформацію про фінансово-майновий стан у всіх суттєвих аспектах.

Відтак, специфіка сільськогосподарського виробництва впливає на організацію, вибір методів та прийомів проведення аудиту в аграрного сектору національної економіки, тому її знання дозволяють аудитору, здійснити неупереджену, документально підтвержену оцінку господарської діяльності агропромислових фірм.

### *Список використаних джерел:*

1. Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність : Закон України від 21.12.2017 № 2258-VIII. URL: [https://kodeksy.com.ua/pro\\_audit\\_fin\\_ansov\\_oi\\_zvitnosti\\_t\\_a\\_auditors\\_ku\\_diyal\\_nist.htm](https://kodeksy.com.ua/pro_audit_fin_ansov_oi_zvitnosti_t_a_auditors_ku_diyal_nist.htm).
2. Про екологічний аудит: Закон України від 24.06.2004 № 1862-IV // Відомості Верховної Ради. 2004. № 45. Ст. 1833.
3. Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду іншого надання впевненості та супутніх послуг. Видання 2016–2017 р. Міжнародна федерація бухгалтерів. Аудиторська палата України. Київ. 2018. Ч.1. 1142 с
4. Сагайдак Ю.А. Проблеми та перспективи впровадження екологічного аудиту в Україні. *Проблеми підвищення ефективності інфраструктури*. 2011. №30. URL: [http://www.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/ppci/2011\\_30/Sagaidak.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/ppci/2011_30/Sagaidak.pdf).

**Ebert Olesia**

*Ivan Franko National University of Lviv*

### **FEATURES OF AUDIT OF AGRICULTURAL ENTERPRISES IN UKRAINE**

Agricultural enterprises are special objects of audit control, which is caused by natural, climatic and technological factors. In order to effectively monitor the activities of agricultural companies, it is advisable to distinguish three interrelated types of audit: environmental, internal and financial. Only the use of all types of audit will optimize agribusiness management and provide not only economic efficiency, but environmental friendliness.

*Keywords:* audit, internal audit, environmental audit, financial audit.

**Роксолана Єрушевська**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*  
roksa.yerush2203@gmail.com

## **АКТУАЛЬНІСТЬ ОНЛАЙН-ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ**

Будь-яка сучасна компанія, на певному етапі розвитку потребує змін та розширення своїх горизонтів. Здатність до ризику, як одна з основних вимог для успішної підприємницької діяльності. Американський економіст, колишній віце-президент компанії Yahoo та автор численних книг про маркетинг, Сет Годін зазначає: "Ціна помилки менша, ніж ціна бездіяльності". Існує, стереотипна думка, про те, що вихід українських компаній на зовнішні ринки є дуже затратним та можливий лише за наявності великих потужностей. Зі стрімким розвитком електронної комерції - це стало можливим, навіть, для малого та середнього бізнесу в Україні. Підстави для виходу фірми на зовнішній ринок можуть розглядатись із трьох сторін: глобальний, національний і власне організаційний.[1] Розглянемо перспективи розвитку е-торгівлі для українських компаній.

Перш ніж починати активну діяльність на будь-якому новому ринку слід провести аналіз згідно наступних критеріїв:

- Розмір та потенціал обраного ринку. В цей компонент може входити оцінка економічного розвитку країни (ВВП, ВВП на душу населення); демографічні показники (якщо ваш товар залежить від кінцевого споживача – кількість населення, структура населенням за статтю чи віком); обсяг імпорту вашого товару (за останній рік, % зростання чи падіння у порівнянні з попередніми роками); а також безпосередній попит на ваш товар чи послугу в обраних країнах (обсяг споживання за останній рік та % зростання чи падіння у порівнянні з попередніми роками).

- Потреби споживачів та тренди. Важливо зрозуміти, які є сегменти споживачів на ринку, їх розмір та основні характеристики; чим вони відрізняються від українських споживачів; чому вони обирають певний товар чи послугу та які тренди на ринку (наприклад, смакові уподобання для готових харчових виробів чи нові технології для промислової продукції).

- Бар'єри входу на ринок. Тарифи, квоти, необхідність отримання сертифікації та інші обов'язкові регуляторні вимоги та добровільні стандарти можуть суттєво вплинути на доступ до ринку та необхідність інвестицій для адаптації продукту до обраного ринку.

- Конкуренти та ціна на ринку. Дослідіть ваших конкурентів на ринку: як вони просувають свою продукцію чи послуги, яка ціна на їх продукцію та чому клієнти надають перевагу їх продукції чи послугам. Наскільки ринок є насиченим та чи є серед конкурентів іноземні компанії.

- Логістика, додаткові витрати. Визначте прийнятний для вашої компанії рівень витрат часу та фінансів на логістику та оцініть обрані ринки за цим критерієм. Подумайте про додаткові витрати, які будуть необхідні для виходу на обрані ринки: наприклад, зміна в упаковці чи додаткова адаптація товару для обраного ринку.

- Культурні відмінності на ринку. Не нехуйте інформацію про культурні особливості обраних країн. Це особливо стане в нагоді при адаптації продукту чи створенні нового бренду, розробці маркетингових матеріалів, а також подальшому веденні перемовин з потенційними партнерами [розроблено автором на основі 2] Варто розглянути позитивну складову діяльності на зовнішніх ринках. Основні плюси при е-торгівлі на міжнародному ринку:

- Постійний ріст попиту на дану продукцію.
- Завдяки E-commerce покупець завжди може напряму поспілкуватись із виробником, що підвищить рівень його зацікавленості та впевненості у товарі.

- Необмежене масштабування бізнесу - відсутні будь-які перешкоди за територіальними межами. Продавати можна де завгодно, головне, враховувати усі нюанси при виході на конкретну країну.

- Фінансова незалежність від курсу національної валюти. Реалізатор отримуватиме прибуток у іноземній валюті, а це великий плюс при нинішніх економічних умовах.

- Слабка конкуренція. За умови правильно обраної ніші може виявитися, що обрана галузь бізнесу - практично монополіст на ринку.

- Поступово розвиваються служби доставки, що значно вплине на остаточну ціну товару. Швидка доставка повітряним чи морським транспортом відкривають доступ до будь-яких країн. Зараз для українських виробників відкриті всі можливості до виходу на міжнародний ринок. Наприклад фото сервіс Instagram надав можливість розміщувати рекламу для 30 країн світу, в тому числі і для України. На сьогодні в Україні аудиторія цієї соціальної мережі складає 460 000 користувачів.[3] Також, слід згадати, про появу PayPal в Україні, що значно полегшить діяльність українських онлайн-підприємців на західних ринках. Розглянемо, переваги появи PayPal для українців:

- це можливість швидко та просто оплачувати покупки в іноземних інтернет-магазинах;
- можливість безкоштовно переказувати гроші всередині сервісу;
- забезпечення конфіденційності даних банківської картки;
- можливість отримання оплати за послуги та товари від закордонних партнерів.[4]

Доцільним буде звернути увагу на зміну лояльності європейських споживачів до українських компаній. Розберемо цей пункт детальніше, лояльність споживачів формується за допомогою позитивної емоції, що викликається товаром чи послугою. Лояльний споживач буде постійно купувати товар або послугу певної компанії завдяки впевненості у високій якості продукції та сервісу. При цьому вихідною засадою є те, що пропозиції конкурентів на лояльного споживача не матимуть впливу[5]. Враховуючи, теперішню ситуацію в Україні, світова спільнота виявляє неабияку прихильність до українських брендів чи компаній з метою підтримки нашої економіки. В свою чергу, Вони точно залишаться задоволеними, адже культура надання сервісу та персоналізоване ставлення до клієнта у нас, є на порядок вищим, ніж у багатьох інших країнах.

Отже, просування українських продуктів на зовнішні ринки є не лише актуальним сьогодні, а й перспективним. Українським онлайн-підприємцям потрібно детальніше вивчити особливості розміщення своїх товарів на європейських маркетплейсах, проаналізувати ринок і починати діяти.

*Список використаних джерел:*

1. Вибір ринку для розвитку експорту URL: [https://export.gov.ua/254-vibir\\_rinku\\_dlia\\_rozvitku\\_eksportu](https://export.gov.ua/254-vibir_rinku_dlia_rozvitku_eksportu)(дата звернення 10.05.22 р.)
2. Румянцев А.П. Зовнішньоекономічна діяльність: Навч. Посібник/ А.П. Рум'янцев, Н.С. Рум'янцев. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.
3. Макарова М. В. Електронна комерція: [посіб.] / М. В. Макарова. – К.: Академія, 2010. – 272
4. PayPal в Україні у 2022 році – коротко про головне в роботі платіжної системи URL: <https://paytome.com.ua/paypal-v-ukraini> (дата звернення 10.05.22 р.)
5. Коберник І., Мальцева О. управління враженнями клієнта. 2007. URL: <http://www.management.com.ua/marketing/mark138.html>

**Roksolana Yerushevska**

*Ivan Franko National University of Lviv*

*roksa.yerush2203@gmail.com*

RELEVANCE OF ONLINE PROMOTION OF UKRAINIAN COMPANIES ON FOREIGN MARKETS

In this article, we analyzed the relevance and benefits of promoting Ukrainian goods on foreign markets. Considered the criteria for market analysis. And analyzed the loyalty of European consumers to Ukrainian companies.

*Keywords:* market analysis, foreign market, promoting, e-commerce.

**Світлана Зінькова**

Львівський національний університет імені Івана Франка  
 svetazinkova12@gmail.com

## КЛЮЧОВІ МЕТОДИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНВЕРСІЇ ВЕБСАЙТУ

В онлайн-середовищі головним індикатором рентабельності маркетингових заходів є рівень конверсії, який показує відношення споживачів, які здійснили цільову дію чи покупку до загальної кількості відвідувачів вебресурсу. Саме тому, пошук ефективного методу його підвищення й оцінки є актуальною проблемою, дослідженням якої займаються науковці та експерти цифрового маркетингу. В. А. Хелемес, Л. М. Дегтярьова [3, с. 3], окреслили методи оптимізації конверсії та аналізу поведінки трафіку. О. Гладько [1, с. 38], К. О. Русаков [2] аналізували користь юзабіліті аудиту та А/В-тестування.

Розглянемо 10 ключових методів підвищення рівня конверсії цільових сторінок вебресурсів.

1. А/В-тестування є статистичним оцінюванням вподобань цільової аудиторії, шляхом створення тестової сторінки, яка відрізняється від базової лише однією невеликою зміною у дизайні чи контентному наповненні, і на яку залучають 50% всього трафіку. Наприклад, для того, щоб визначити, яка лід-форма принесе вищу конверсію: закрита чи відкрита, на базовій сторінці розміщують закриту лід-форму, а на тестовій – відкриту, або навпаки. У Google Analytics налаштовують ціль на подію «Натиск на кнопку» і відстежують, на якій сторінці показники клікабельності є вищі.

2. Онлайн-опитування. Інформація отримана від споживачів є однією із найдешевших, тому кожній компанії варто періодично проводити невеликі опитування відвідувачів вебсайту щодо зручності користування його блоками, або хоча б аналізувати зворотний зв'язок наявних клієнтів. На основі результатів досліджень проводять оптимізацію вебсторінок й, таким чином, підвищують рівень конверсії.

3. Оптимізація контенту. З трендом орієнтації на технології Е-А-Т, контент може відігравати важливу роль в оптимізації конверсії, якщо буде експертними, авторитетним, корисним для споживача та викликати довіру.

4. CJM (Customer Journey Maps, карти подорожей клієнта) – схеми, які показують усі канали залучення трафіку із якими взаємодіє споживач, а також усі вебсторінки, які відвідав, перш ніж здійснити покупку чи цільову дію. На основі таких карт можна визначити, які маркетингові комунікації є ефективними, на якому кроці споживачі відмовляються від придбання товару чи замовлення послуги, яку інформацію варто додати на цільові сторінки, щоб пришвидшити конверсію.

5. Сегментація – метод оптимізації конверсії, який полягає у поділі цільової аудиторії на кластери та розробку комплексу маркетингових заходів з оптимізації вебресурсів для кожного кластера окремо. Наприклад, одні споживачі з більшою ймовірністю зроблять замовлення, якщо на сайті знайдуть відгуки, для інших є важливіше наявність сертифікатів.

6. Бенчмаркінг конкурентів – полягає в деталізованому аналізі вебресурсів конкурентів в пошуковій видачі та створенні на основі нього гібридних прототипів вебсторінок, які охоплюють усі необхідні блоки, що забезпечують лідогенерацію.

7. Юзабіліті тестування за допомогою теплових карт, які показують, як відвідувачі взаємодіють з блоками вебсторінки (клікабельність, скролінг, тривалість перегляду). На основі даного методу можна об'єктивно оцінити кожен елемент сайту, внести зміни до його дизайну, або змінити його розміщення (підняти ближче до хедера чи, навпаки, опустити вниз).

8. Багатоваріантне тестування – на відміну від А/В, на вебсторінках тестуються одразу різні зміни та визначається оптимальний набір змін, які варто запровадити, щоб досягти максимально можливої конверсії.

9. Експертне оцінювання юзабіліті параметрів вебресурсів. Запрошуються 6-7 фахівців в сфері пошукового маркетингу, SEO, UX/Y-дизайну для незалежної оцінки цільових вебсторінок й формування максимально можливого списку пропозицій щодо оптимізації, яка допоможе підвищити конверсійність.

10. Персоналізація вебсайту та його контенту. Успішним кейсом впровадження даного методу є розміщення на сторінках динамічних блоків із перелінками («Рекомендуємо для вас.», «Разом з цим купують», «Товари цього ж бренду», «Додаткові послуги»), наповнення яких змінюється на основі дій споживача. За таких умов, також збільшується, кількість перехресних продажів та цінність конверсії.

Згідно з дослідженням, опублікованого вебстудією Brander, найпопулярнішим із вище наведених методів є А/В-тестування – 58% компаній та маркетингових агенцій його використовуює, а стрімкого розвитку набирає персоналізація контенту – 56% респондентів планує впровадити у власну маркетингову діяльність [4] (рис. 1).

Поряд з оцінкою та оптимізацією рівня конверсії важливо проводити ТРО-аудит, який допоможе побудувати конкретний план заходів для залучення якісного трафіку. Такий вид аудиту повинен охоплювати оцінку ефективності усіх можливих джерел трафіку, позицій вебсторінок в пошуковій видачі серед конкурентів та SEO-оптимізацію вебсайту в цілому. Варто пам'ятати, що цільові споживачі конвертуються набагато краще, ніж інші відвідувачі ресурсу.

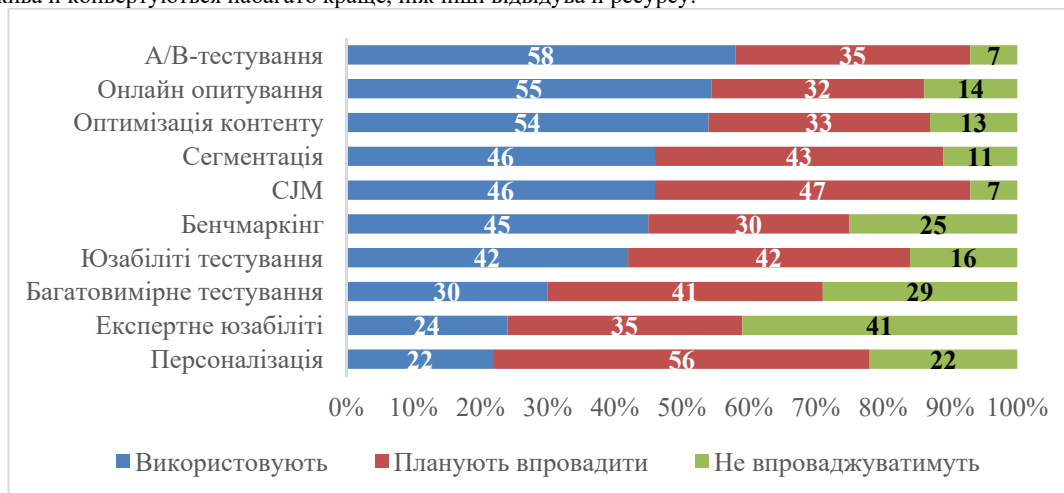


Рис. 1. Популярність методів підвищення конверсії серед компаній  
 Джерело: [4]

Загалом, на практиці існує багато різних методів підвищення рівня конверсії. Ідеальним є їх використання в комплексі, проте навіть концентрація на одному, дозволяє виявити багато прихованих причин, чому споживачі не стали клієнтами, й на основі отриманої інформації оптимізувати цільові сторінки вебресурсу.

*Список використаних джерел:*

1. Гладько О. Юзабіліті аудит вебсайту як інструмент підвищення конверсій. *Міжнародна студентська науково - технічна конференція «Природничі та гуманітарні науки. Актуальні питання»*, Тернопіль, С. 38. URL: [http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/25024/2/MSNK\\_2018v1\\_Hlado\\_O-Usability\\_audit\\_of\\_the\\_website\\_38-39.pdf](http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/25024/2/MSNK_2018v1_Hlado_O-Usability_audit_of_the_website_38-39.pdf) (дата звернення: 12.05.2022)
2. Русаков К. О. Використання А/В тесту для вимірювання ефективності веб-сайту: пояснювальна записка до атестаційної роботи, Харків. нац. ун-т радіоелектроніки, 2020, 78 с. URL: <https://openarchive.nure.ua/handle/document/15156> (дата звернення: 12.05.2022)
3. Хелемес В.А. Дегтярьова Л. М. Моделі та методи аналізу поведінки відвідувачів. *Новітні інформаційні системи та технології*. Полтава: ПолтНТУ, 2018, № 9, С. 3. URL: <http://reposit.nupr.edu.ua/handle/PolNTU/4411> (дата звернення: 12.05.2022)
4. CRO І UX: Що потрібно вашому бізнесу. *Блог вебстудії Brander*. Харків, 16.02.2022. URL: <https://brander.ua/blog/cro-i-ux-shcho-potribno-vashomu-biznesu> (дата звернення: 11.05.2022)

**Svitlana Zinkova**

*Ivan Franko National University of Lviv*  
*svetazinkova12@gmail.com*

#### KEY METHODS TO INCREASE WEBSITE CONVERSION

In this article, we have identified key methods for estimating and optimizing your website's conversion rate. Each of the methods is described in detail. We also analysed the results of a study of the popularity of methods to increase conversions among companies. It was suggested to conduct a CRO-audit before starting to optimize conversions.

*Keywords:* conversion rate, CRO, CRO audit, usability, website optimization, TRO audit, traffic



Олег Іваницький

Львівський національний університет імені Івана Франка  
olegivanutskuy@gmail.com

## ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО БАНКІВНИЦТВА УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Повномасштабне вторгнення РФ в Україну 24 лютого 2022 року спричинило проблеми та виклики, які постали не лише перед українським народом, а й перед економікою України. Не обійшло це і банківську систему.

Один з найважливіших аспектів розвитку банківської справи у період воєнного часу є мінімізація кількості фізичних відділень. У регіонах, що нині знаходяться в зоні найактивніших бойових дій або на невеликій відстані від них, працюють значно менше відділень великих банків. Так, у січні-березні кількість банківських відділень скоротилася до 171 одиниці до 6514 відділень [1]. З огляду на це, виникає необхідність у використанні дистанційних методів взаємодії банків із клієнтами.

Так як війна в Україні розпочалася ще у 2014 році, необхідно виділити певні особливості, які впливають на банківську діяльність залежно від інтенсивності ведення воєнних дій:

- збільшення частки безготівкових розрахунків. Через війну кількість відділень зменшилася, а це означає і зростання кількості безготівкових операцій. У свою чергу, збільшення попиту на безготівкові операції спричиняє подальший розвиток, а саме пошук та створення нових інноваційних технологій. До таких технологій можна віднести систему ID-банкінгу, яка постійно удосконалюється, особливо в час війни;

- створення закону про регулювання віртуальних активів. Оскільки криптовалюта стає все вагомішою у світовому обороті коштів, постає питання її ефективного регулювання та використання її особливостей на користь країни із воєнним станом. Заради цього, буквально, перед війною було ухвалено Закон України «Про віртуальні активи»;

- посилення захисних систем. Україна знаходиться у стані війни, тому вітчизняна банківська система є вкрай вразливою до зовнішніх «подразників». Для цього банки знаходять нові способи захисту, що може врятувати як фінанс клієнта, так і його життя. Як приклад, АТ КБ «Приватбанк» запустив технологію голосової біометрії для безпечного та швидкого обслуговування за телефоном клієнтської підтримки, що полегшить як отримання фінансових послуг клієнтам, так і підвищить рівень захисту клієнта за рахунок введення голосових даних клієнта, що є унікальними для кожного з них і є вкрай складними для взлому окупантами чи шахраями.

Враховуючи ці особливості, необхідно підібрати відповідні кроки дій для української банківської системи. Ці кроки допоможуть активно розвивати банківництво, особливо у воєнний час.

Одним з перших кроків є необхідність інтегрувати в українську систему стандарт open banking, за яким банки відкривають необхідну інформацію щодо клієнта за його згодою: статистику покупок, кредитну історію. Він – драйвер інновацій та конкуренції у фінансовій галузі, що гарантує прозорість угод. Інтеграція дозволяє банкам обмінюватися один з одним кредитними історіями користувачів, що спростить оцінку ризиків та допоможе у зниженні кредитних ставок для приватних та юридичних осіб [2]. Також перевагою цих нововведень буде прозора система банківського ринку, що допоможе чітко та ефективно передбачати ризики надання кредиту тій чи іншій особі, а відтак покращить роботу банківської системи загалом. Проте це несе і свої ризики. Так, РФ може використовувати викрадені дані для проведення різноманітних диверсій, а саме псевдорезидентів, масові DDOS-атаки в банківській системі та просто крадіжки даних задля вчинення подальших воєнних злочинів (пошук громадських активістів за цими даними з подальшою їх ліквідацією тощо).

З вище сказаного випливає, що open banking потребує потужної системи захисту задля уникнення чи мінімізації ризиків її використання. У такому випадку важливим чинником буде кредитування IT-сфери. Розвиток IT-сфери є вигідним для банківської системи, так як це забезпечить покращення програмного забезпечення банків, що підвищить якість обслуговування клієнтів, а також зміцнить систему захисту банків України від можливих хакерських атак. Зазначимо, так як більшість товару, яку ми експортували, були ресурси, вкрай важливим є шлях посилення IT-сектору, що допоможе посилити позиції України у світовому інформаційному просторі, а також відкрити нові джерела надходження доходів за рахунок надання IT-послуг. Вважаємо, що для успіху української економіки, необхідно конкурувати з технологіями високорозвинених держав світу.

Необхідно також і врахувати, що з початком активної фази війни виникає необхідність у стимулюванні безготівкових розрахунків та, навіть, використання криптовалют. Через війну інкасація готівкових коштів значно ускладнилася, що мотивує значно частіше використовувати безготівкові кошти. Так, обсяг надходжень готівки до кас банків за цей період становив 490,4 млрд грн та зменшився на 11% порівняно з січнем – березнем минулого року [3]. У свою чергу, це збільшить частку застосування безготівкових розрахунків, що в майбутньому спонукатиме подальший розвиток та інновації у безготівкових розрахунках. Щодо криптовалют, то 17 лютого 2022 року, незадовго до розв'язання активної фази війни, було прийнято Закон України «Про віртуальні активи» (на даний момент закон ще не набрав чинності). Основна його суть полягає у регулюванні правовідносини, що виникають у зв'язку з оборотом віртуальних активів в Україні, визначає права та обов'язки учасників ринку віртуальних активів, засади державної політики у сфері обороту віртуальних активів. Цей закон вносить певну конкретику у роботу з віртуальними активами і відкриває нові шляхи до ефективного та безпечного для економіки використання криптовалют.

Розуміючи ризики війни ще в січні, НБУ вжило підготовчих заходів для пом'якшення удару на банківську систему із початком війни. До цих заходів можна віднести «підвищення облікової ставки на 1 відсотковий пункт до 10% та оголошення про підвищення обов'язкових резервів за поточними рахунками в гривні та за коштами в іноземній валюті, що також сприятиме стабілізації ситуації на валютному ринку» [4].

Усі рішення та заходи НБУ ґрунтуються на таких принципах як:

- захист інтересів клієнтів банків, перш за все вкладників. Вони мають зберігати доступ до власних та кредитних коштів, платежів і переказів;

- підтримання діяльності банків та їхньої ліквідності. Негативний тимчасовий вплив бойових дій на показники діяльності банків не має призводити до визнання найбільш постраждалих з них неплатоспроможними. Такі фінансові установи за потреби матимуть час на відновлення фінансової стійкості після припинення воєнного стану;

- чесне відображення реального фінансового стану банків, забезпечення не приховування збитків та недостовірності даних у звітності, що необхідно для впровадження ефективного плану оздоровлення банківської системи України після завершення війни [6].

Як висновок з вищесказаного, НБУ докладає усіх зусиль задля збереження ефективності в роботі банків. Проте, на нашу думку, також варто і врахувати і можливості розвитку інноваційних технологій у сфері банківництва у період війни. Отож, українська банківська система не тільки змогла ефективно приготуватися до війни з окупантом, а також почала знаходити нові, прогресивніші, методи роботи. Ці та інші зміни можуть дати новий стимул для розвитку банківництва в Україні, адже війна – двигун прогресу, нехай і доволі жажливий за своєю сутністю.

*Список використаних джерел:*

1. Банки скоротили мережу відділень на 171 до 6514 відділень в 1-му кварталі. URL: <https://news.finance.ua/ua/banky-skorotyly-merezhu-viddilen-na-171-do-6514-viddilen-v-1-mu-kvartali> (дата звернення: 14.05.2022).
2. Ключові виклики до банківської сфери України після війни. URL: <https://interfax.com.ua/news/blog/822005.html> (дата звернення: 12.05.2022).
3. НБУ | Знати. Розуміти. URL: [https://t.me/nbu\\_ua/775](https://t.me/nbu_ua/775) (дата звернення: 15.05.2022).
4. Прищепя Я., Орловський І. Як працюватиме банківська система України у разі воєнного стану. Відповідає НБУ. URL: <https://suspihne.media/202741-ak-pracuvatime-bankivska-sistema-ukraini-u-razi-voennogo-stanu-vidpovidaє-nbu/> (дата звернення: 12.05.2022).
5. Про віртуальні активи : Закон України від 17.02.2022 р. № 2074-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2074-20#Text> (дата звернення: 15.05.2022).
6. Фінансова оборона країни. Як працює банківська система під час війни. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/03/16/684104/> (дата звернення: 12.05.2022).

**Oleh Ivanytskyi**

*The Ivan Franko National University of Lviv*

**PECULIARITIES OF INNOVATIVE BANKING OF UKRAINE IN THE CONDITIONS OF MARTIAL LAW**

The publication analyzes the features of the banking system in wartime. The work contains a list of features of banking in wartime, as well as prospects for the development of the banking system during the war.

*Keywords:* bank, innovation, martial law.

**Мирослава Івасенко**

*Львівський національний університет імені Івана Франка  
myroslava.ivasenko@lnu.edu.ua*

## **СОЦІАЛЬНО-ЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**

Упродовж існування людства серед вчених-теоретиків і практиків доволі часто велися дискусії щодо мети підприємницької діяльності: одні ставили за основу і єдину ціль виключно отримання прибутку, інші ж наголошували на тому, що підприємець повинен віддавати частину одержаного прибутку на потреби суспільства.

У сучасній системі економічних відносин дедалі більше увагу приділяють питанням соціальної тематики, серед яких пріоритетним залишається добробут населення. Таким чином, економічну мету, яку переслідують суб'єкти підприємницької діяльності, а також засоби, форми і способи її досягнення можна вважати економічно та етично виправданими тоді і тільки тоді, коли вони сприяють загальному підвищенню продуктивності індивідуальної та суспільної праці, наслідком чого є також зростання рівня добробуту кожної окремо взятої людини [3, с. 104]. Власне у цьому й полягає концепція соціальної відповідальності у контексті ведення бізнесу, яку прийнято називати корпоративною соціальною відповідальністю (КСВ).

У рамках концепції КСВ суб'єкти підприємницької діяльності включають у свої традиційні бізнес-операції вирішення соціальних та екологічних проблем, а також взаємодіють зі своїми зацікавленими сторонами. У сучасному соціально орієнтованому середовищі співробітники та клієнти приділяють значну увагу роботі та скеровують більші фінансові ресурси у ті компанії, які вважають КСВ пріоритетною у своїй діяльності.

Підприємства мають значний потенціал для істотної трансформації життя громадськості та подолання бідності шляхом продукування економічного зростання. З точки зору концепції соціально-етичного бізнесу, цього можливо досягти шляхом швидкого реагування на поточні та стратегічні проблеми бізнес-середовища та суспільства зокрема. Соціальна відповідальність як складова етики міжнародного бізнесу сприяє організації виробничої діяльності таким чином, що усі способи отримання прибутку не завдавали шкоди людям, природі, суспільству. Ведення підприємницької діяльності у такому форматі має значний ряд переваг для власника бізнесу і для місцевого населення, як-от поліпшення рівня життя громадян та зменшення соціальної напруги, підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства на ринку, зростання інвестиційної привабливості, а також встановлення стійких партнерських відносин між бізнесом, владою та громадськістю.

За умов сталого розвитку перед суб'єктами підприємницької діяльності України щораз частіше постає питання КСВ. Ефективне впровадження євроінтеграційних процесів в Україні не можливе без перейняття досвіду країн Європи у багатьох галузях, у тому числі й у сфері ведення бізнесу. Соціальна відповідальність бізнесу стає вагомим аспектом зміцнення конкурентоспроможності наших підприємств та держави загалом на світовій арені. І якщо для розвинених країн включення концепції КСВ у бізнес не є новим явищем, то для країн, що розвиваються, до яких і відносять Україну, має місце лише поступове її введення.

Проте, загальна картина така, що по всьому світу існує достатня кількість проблем, що провокують порушення етичних норм у бізнес-середовищі. Наприклад, за попередній рік у світі істотно збільшилася кількість інцидентів шахрайства та проявів корупції. Згідно з даними Transparency International Corruption Perceptions Index 2021 Україна посідає 122-ге місце, з 32-ма балами зі 100 можливих [4].

Процес впровадження соціальної відповідальності бізнес-організацій на вітчизняному ринку знаходиться на стадії становлення. Формальним стартом стало створення Всеукраїнського громадського руху "Форум соціально відповідального бізнесу України" у 2005 році. У цьому ж році, зважаючи на підвищений інтерес до соціальної відповідальності в Україні було створено Центр "Розвиток корпоративної соціальної відповідальності" – провідну незалежну експертну організацію з корпоративної соціальної відповідальності, що на даний час об'єднує 38 українських компаній.

Згідно з результатами дослідження "Розвиток КСВ в Україні" [1], проведеного центром "Розвиток КСВ", станом на сьогодні соціальна відповідальність бізнесу все ще "не стала частиною організаційного управління в компаніях, оскільки тільки в половині компаній, з числа тих, які реалізують політику КСВ, є стратегія (політика) соціальної відповідальності, чверть компаній має бюджет на виконання програм/заходів із соціальної відповідальності, а в більшості компаній пошуком ідей для програм з КСВ та розробкою планів їх реалізації займається керівництво" [1, с. 5].

Ще однією причиною, яка уповільнює стабільний розвиток КСВ в Україні, можна вважати орієнтацію українського бізнесу лише на ближче коло зацікавлених сторін. Врахування потреб ширшого кола стейкхолдерів, як-от населення, громадських організацій, поки що, на жаль, не стало системною ознакою вітчизняних підприємницьких структур. Впровадження КСВ у діяльність українських компаній та організацій наразі є добровільним вкладом приватного сектора у громадський розвиток завдяки благодійності та механізму соціальних інвестицій.

Найбільш активними у сфері КСВ є, насамперед, представництва іноземних суб'єктів господарювання, що провадять свою діяльність на території України, а також великі та середні національні підприємства, які постійно вдосконалюють свою діяльність згідно із засадами концепції загального управління якістю. Це пояснюється тим, що вони застосовують у процесі ведення бізнесу передові світові практики [5, с. 150].

Найбільше соціально-етичних підприємств в Україні зосереджено у сферах промисловості та виробництва, консалтингу та аудиту, юриспруденції, а також ІТ-галузі. Саме моральні міркування є головним мотиватором реалізації політики КСВ. Проте розуміння українськими бізнесменами соціальної відповідальності бізнесу теж дещо різниться. Наприклад, для більшості державних компаній це поняття означає розвиток і поліпшення умов праці персоналу та інвестиції в розвиток регіону. Що стосується приватних компаній, то для значної їх кількості – це політика розвитку і поліпшення умов праці персоналу, для меншості – захист і підтримка споживачів та інвестиції в розвиток регіону.

Згідно з даними досліджень, проведених на українському ринку, істотне зростання громадської активності бізнесу спостерігався у 2015–2016 роках. Це було зумовлено відкладеним попитом на КСВ-ініціативи, а також сплеском популярності на соціальні проекти в країні.

Повномасштабна війна в Україні актуалізувала та висунула на порядок денний публічної академічної дискусії проблему міжсекторальної взаємодії влади, бізнесу, громадян. На фоні останніх подій багато компаній проявили себе як соціально відповідальні, згуртувавшись та сконцентрувавшись на допомозі державі, армії та населенню. Найбільше українських бізнесів зосередили свою допомогу у таких напрямках, як-от гуманітарна допомога населенню, підтримка медичних закладів та евакуація та розміщення населення з районів бойових дій.

Нещодавні опитування, проведені дослідницькою компанією Factum Group Ukraine у рамках соціального проекту YOUkraine, показують, що для споживачів наразі важливим є те, чи підтримує компанія Збройні Сили України та захисників, а також своїх співробітників. Так, 7 з 10 опитаних чули про допомогу країні від українського бізнесу, а найчастіше респонденти згадують про допомогу від компаній, що працюють у сфері телекомунікацій та мобільного зв'язку [6]. Наприклад, оператори мобільного зв'язку

України запустили у дію національний роумінг, також надають безкоштовний доступ до послуг та сервісів. Київстар активно займався підключенням інтернету в укриттях, продовжує виділяти кошти до благодійних фондів та заснував фонд допомоги, який спеціалізується на потребах у спорядженні бійців.

Національна компанія Нова Пошта передала 25 млн гривень на підтримку ЗСУ, запустила міжнародну доставку гуманітарних вантажів для допомоги Україні, а також безкоштовно доставляє посилки від волонтерів та організацій, що допомагають армії та теробороні.

Банківська сфера також робить свій внесок у боротьбі проти військової агресії, виявляючи при цьому соціальну відповідальність ведення бізнесу. Так, благодійний фонд ПриватБанку «Допомагати просто» перерахував 11 мільйонів гривень на проекти підвищення обороноздатності України, також технічним відділом було розроблено зручний сервіс для допомоги армії України клієнтами банку. ПУМБ підтримав ЗСУ, Сили тероборони та ДСНС на понад 65 мільйонів гривень і продовжує допомагати українським воїнам. Банк передав більшість своїх броньованих машин різним спецпідрозділам ЗСУ та ТРО, які виконують задачі із захисту території держави та надання гуманітарної допомоги. Критично важлива кількість машин інкасації залучена до безперервного підвезення коштів до кас установ та банкоматів [2].

Підсумовуючи, можемо зазначити, нині бізнес в Україні отримав значний поштовх до ведення своєї діяльності на засадах корпоративної соціальної відповідальності та докладає значних зусиль для досягнення єдиної цілі. Власникам підприємств варто пам'ятати, що концепція соціально-етичного бізнесу є потребою не тільки для суспільства, але й для організацій, які прагнуть займати провідні позиції на ринку, мати конкурентні переваги та залучати більшу частину споживачів. Ця концепція покликана змінити бачення бізнесу, зробити його не лише комерційною, прибутковою діяльністю, а й соціальною, яка може приносити користь як окремим громадянам, так і суспільству загалом.

*Список використаних джерел:*

1. Зінченко А. Розвиток КСВ в Україні: 2010-2018 / А.Зінченко, М. Саприкіна. – К.: Видавництво "Юстон", 2017. – 52 с.
2. Каталог внеску бізнесу у перемогу України [Електронний ресурс] // CSR Ukraine – Режим доступу до ресурсу: <https://csr-ukraine.org/catalog-actions-of-companies-in-the-russian-ukrainian-war/> (дата звернення: 11.05.2022)
3. Мельничук Л. С. Етичне ведення бізнесу як особливий напрям економічної діяльності / Л. С. Мельничук. // Економічні науки. – 2014. – С. 103–106.
4. Офіційний сайт Transparency International [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.transparency.org/en/countries/ukraine> (дата звернення: 11.05.2022)
5. Охріменко О.О., Іванова Т.В. Соціальна відповідальність. – Навч. посіб. – Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». – 2015. – 180 с. <http://ied.kpi.ua/wpcontent/uploads/2015/10/Socialna-vidpovidalnist.pdf> (дата звернення: 11.05.2022)
6. Соціальна відповідальність бізнесу в умовах війни [Електронний ресурс] // YOUкраїна – Режим доступу до ресурсу: [https://youkraina.com.ua/files/Factum\\_Group\\_YOUкраїна\\_Мінівипуск\\_Соціальна%20відповідальність%20бізнесу.pdf](https://youkraina.com.ua/files/Factum_Group_YOUкраїна_Мінівипуск_Соціальна%20відповідальність%20бізнесу.pdf) (дата звернення: 13.05.2022)

**Myroslava Ivasko**

*Ivan Franko National University of Lviv*

**SOCIO-ETHICAL ASPECTS OF DOING BUSINESS IN UKRAINE**

The content of the article reveals the importance of corporate social responsibility of business for the Ukrainian economy and the social life of citizens of Ukraine. By analyzing the specifics of the stage of the implementing this concept, we can clearly see how socially responsible companies are gaining more loyalty from audience, especially during the crisis situation caused by war in Ukraine.

*Keywords:* corporate social responsibility, competitiveness, social business activity, a business organization.

Христина Івасишин

Львівський національний університет імені Івана Франка

khrystyna.ivasyshyn@lnu.edu.ua

## ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНІ ЗВ'ЯЗКИ УКРАЇНИ З КРАЇНАМИ ЄС

Зовнішня торгівля є історично першою і найважливішою формою економічних зв'язків між народами і країнами, яка відображає зв'язок між товаровиробниками різних країн, що виникає на основі міжнародного поділу праці, і виражає їхню взаємну економічну залежність. Саме з її допомогою можна розвивати економіку і забезпечувати її стабільність. Протилежно цьому, країни, діяльність яких у більшості орієнтована на внутрішню торгівлю в поєднанні зі значною державною регуляцією економічних процесів, показують слабкі та повільні темпи зростання. Важливість дослідження зовнішньої торгівлі й економічного розвитку, їх взаємозв'язку набуває значного значення по всьому світу, оскільки економічне зростання істотно залежить від міжнародної торгівлі. Особливо в сучасних умовах міжнародна торгівля як фактор економічного розвитку в є невід'ємною складовою світового економічного розвитку, а її економічна, соціальна та політична значимість весь час зростає.

Сутність зовнішньоторговельних зв'язків полягає в обміні капіталом, товарами та послугами через міжнародні кордони чи території. У більшості країн він становить значну частку валового внутрішнього продукту (ВВП). Міжнародна торгівля між різними країнами є важливим фактором підвищення рівня життя, забезпечення зайнятості та надання споживачам можливості насолоджуватися більшою різноманітністю товарів.

Доцільно також буде згадати про Угоду про асоціацію між Україною та ЄС, яка є потужним документом, що сприяє розвитку торгівлі між обома суб'єктами. Угода закладає напрямні до змін українських нормативних актів, що сприятимуть підвищенню технологічних та екологічних стандартів української продукції, а вчасні та правильні дії з боку держави, дозволять розвинути економічний потенціал України та, маючи вільний доступ до європейського ринку, значно наростити обсяги виробництва та експорту.

Безумовно, Україна має надзвичайно великий природний, трудовий, інтелектуальний потенціал, але його потрібно постійно розвивати і вдосконалювати. Наша держава має запаси у видобувних галузях, агропромисловому і енергетичному комплексі. Найвищу позицію у експорті, який є головним наповненням бюджету займають товари гірничо-металургійного комплексу. Україна найбільше експортувала руди, концентрати залізни, жири, олії, кукурудзу та деревину протягом останніх п'яти років. А найвагоміші обсяги імпорту з країн ЄС становили механічні машини, наземні транспортні засоби та фармацевтична продукція, а також професійні та консалтингові послуги і послуги, пов'язані з фінансовою діяльністю. Основною перешкодою в торгівлі України з країнами ЄС є велика частка експорту сировини, що робить нашу країну сировинним придатком на європейському ринку.

Основними країнами-партнерами ЄС у експорті та імпорті за 2021р. для України стали Німеччина, Польща, Італія, Франція, Іспанія та Нідерланди. Від'ємне сальдо зовнішньої торгівлі України означає, що протягом обраного періоду, імпорт товарів з країн ЄС до України перевищував обсяги експорту товарів з нашої країни. Тим не менш, динаміка зовнішньої торгівлі України з країнами ЄС за 2015-2021рр. стрімко зросла протягом останнього року, зокрема через відновлення світової економіки після пандемії COVID-19. До прикладу, в 2021 році Україна наростила експорт до країн ЄС (22 874 млн. дол. США) в півтора раза порівняно з 2020 роком (14 616 млн. дол. США).

Основними проблемами для здійснення зовнішньої торгівлі в умовах євроінтеграційних процесів є: невідповідність виробленої продукції технічним вимогам, європейським сертифікатам та стандартам; переважання частки експорту товарів з низькою доданою вартістю, тобто з низьким ступенем обробки; кількісні обмеження; корупція та бюрократія; відтік прямих іноземних інвестицій.

Для підвищення конкурентоспроможності українських виробників на європейському ринку в першу чергу слід вдосконалити стандартизацію виробництва, сприяти запровадженню інновацій у технологічний процес виробництва. Національним виробникам необхідно швидко реагувати на зміну ринкових умов. Потрібно постійно підтримувати, вкладати та розвивати експорторієнтовані галузі національної економіки.

Україна має всі можливості стати гідним конкурентом на європейському ринку та торгувати товарами, які будуть відповідати всім європейським стандартам. Варто наголосити, що у 2021р. 33,5% експорту України постачається на ринок ЄС, а це означає, що вітчизняні товари спроможні конкурувати на цьому ринку. Тому поступове виконання всіх пунктів Угоди про асоціацію дозволить нашій державі налагодити торговельне співробітництво з іншими країнами ЄС та покращити інвестиційну привабливість.

Для подальшого розвитку вітчизняної економіки вдосконалення виробництва товарів із високою доданою вартістю є головним пріоритетом у створенні бази для нарощування обсягів та поліпшення структури українського експорту в напрямі збільшення в ньому питомої ваги високотехнологічних товарів. Розвиток зовнішньої торгівлі України в найближчій перспективі залежить від виваженої політики уряду щодо стимулювання власного виробництва, зниження кризових явищ, подолання безробіття та сприяння зміцненню національної валюти.

### Список використаних джерел:

1. Актуальні тренди міжнародної торгівлі товарами та особливості зовнішньої торгівлі України. *Ковтун Т. Д., Матвієнко А. П.* URL: [https://www.businessinform.net/article/?year=2019&abstract=2019\\_9\\_0\\_28\\_35](https://www.businessinform.net/article/?year=2019&abstract=2019_9_0_28_35)
2. *Козак Ю.Г., Логвінова Н.С., Барановська М.І.* Міжнародна торгівля: підруч. для студ. вищ. навч. закл. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 8 с.
3. Офіційне Інтернет-представництво Національного Банку України URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-external>
4. *Панчишин С.М., Островерх П.І.* «Аналітична економіка. Макроекономіка і мікроекономіка» (2020) 540 с.
5. Співробітництво між Україною та країнами ЄС (2020). URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2021/zb/06/zb\\_ES\\_%202020.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2021/zb/06/zb_ES_%202020.pdf)
6. 7 Reasons for International Trade. URL: <https://ttcwetranslate.com/7-reasons-for-international-trade/>
7. The World Bank. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NE.TRD.GNFS.ZS>
8. International trade. URL: <https://www.britannica.com/topic/international-trade/Simplified-theory-of-comparative-advantage>
9. List of EU-members [Electronic resource] // European Union. — Mode of access: [https://european-union.europa.eu/principles-countries-history\\_en](https://european-union.europa.eu/principles-countries-history_en)
10. The Investor's Guide to Global Trade. URL: <https://www.investopedia.com/insights/what-is-international-trade/>

**Khrystyna Ivasyshyn**

*Ivan Franko National University of Lviv*

## UKRAINE'S FOREIGN TRADE RELATIONS WITH EU COUNTRIES

The importance of the study of foreign trade and economic development, as well as their relationship, is becoming increasingly important around the world, as economic growth is significantly dependent on international trade. Therefore, international trade as a factor of economic development in modern conditions is an integral part of world economic development, and its economic, social, and political importance is growing. To increase the competitiveness of Ukrainian producers in the European market, first of all, it is necessary to improve the standardization of production to promote the introduction of innovations in the technological process of production. National producers need to respond quickly to changing market conditions. It is necessary to constantly support, invest, and develop export-oriented sectors of the national economy. With the help of further research on this topic and well-considered steps to meet our partners, Ukraine's foreign trade relations with the EU will have good prospects to strengthen.

*Keywords:* economic relations, foreign trade, economic growth, international trade, gross domestic product, exports, imports, low added value, competitiveness, goods, and services.

Яна Іщук

Львівський національний університет імені Івана Франка  
ishchukya@gmail.com

## ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ POS-МАТЕРІАЛІВ У МІСЦЯХ ПРОДАЖУ

Основну масу покупок споживачі здійснюють за допомогою у підприємств роздрібною торгівлі, що пояснює важливість процесу впливу на покупця у місцях продажу. Як складова маркетингової політики комунікацій, реклама на місці продажу найбільш корисна під час впровадження на ринок товарів широкого вжитку [3, с. 83].

Одним із найважливіших засобів маркетингових комунікацій у місцях продажу є спеціальні рекламні матеріали, POS або POP-матеріали (від англ. – Point of sales (POS) або Point of purchase (POP) – місце продажу). POS-матеріали – це спеціальні матеріали і конструкції, які застосовують для рекламного підтримання марки у місці продажу [1, с. 2].

POS-матеріали, на відміну від інших типів реклами, впливають на споживача швидше та ефективніше. Їх, покупці помічають, як правило, впродовж кількох секунд [3, с. 86].

Просування різних категорій товарів по-різному залежить від правильної наявності POS-матеріалів. Найбільш успішно їх наявність позначається на продажах такої товарної категорії, як алкогольні напої (23 %).

Завдання POS-матеріалів – підвищити продаж конкретної марки, товару у конкретному магазині. При цьому POS-матеріали мотивують споживачів зробити покупку саме в магазині. Цим POS-матеріали відрізняються від традиційної реклами, яка рідко стимулює покупця зробити покупку негайно.

Рекламні матеріали на місцях продажу виконують ряд функцій, зокрема:

- 1) локалізації – вказують на розміщення торговельної точки, місця продажу, де можна знайти певний товар;
- 2) інформування – підтверджують наявність певного товару у конкретному магазині;
- 3) орієнтування – допомагають покупцю в пошуках товару;
- 4) мотивування – спонукають споживачів до здійснення покупки.

POS-матеріали можна використовувати як для внутрішнього так і для зовнішнього оформлення магазину.

Найчастіше у внутрішньому оформленні використовують такі POS-матеріали, як:

- 1) конструкції презентаційного характеру: тумби, інформаційні й виставочні конструкції; фірмові виставкові стенди, які використовують під час проведення промоушн акцій;
- 2) підставки (диспенсери або холдери) різних типів: гірки; етажерки; підставки під товари; підставки під рекламні матеріали (журнали, брошури);
- 3) поліграфічна рекламна продукція: постери; стікери (плакати невеликих розмірів та етикетки на клейовій основі). Цей тип POS-матеріалів дуже популярний, особливо у великих магазинах;
- 5) графіка на підлозі – прийом мерчандайзингу, який передбачає позначки, що вказують або напрямок руху до конкретного товару, або місце розташування марок чи певних товарних категорій;
- 5) воблери – невеличка конструкція, що «тремтить», на гнучкій пластмасовій ніжці, прикріпленій до полиці, вказує покупцеві, де перебуває товар конкретної марки;
- 6) джумбі або джумбо-бокс – величезні коробки, які повторюють у збільшеному масштабі форму упаковки;
- 7) мобілі – великі конструкції з інформацією про більш картонні конструкції, які підвішуються до стелі над тим місцем, де продається певний товар. Часто цей прийом застосовується в супермаркетах.

POS-матеріали, які використовують для зовнішнього оформлення магазину:

- 1) вивіски;
- 2) кронштейн-панелі – конструкції, які прикріплюються до торця будинку;
- 3) конструкції на покрівлі;
- 4) графіка на тротуарах;
- 5) виносні конструкції [1, с. 2].

Для того, щоб використання POS-матеріалів було ефективним необхідно дотримуватися певних принципів.

Перший принцип – оптимальності. Всередині магазину доцільно розміщати POS-матеріали не більше, ніж для 5 % усіх товарів. Винятком можуть бути демонстраційні зали, де рекламні матеріали є частиною інтер'єру, а їх кількість часто перевищує кількість товару, що пропонується.

Другий принцип – «тут і зараз». Тобто спеціальні POS-матеріали мають закликати зробити покупку саме у цій крамниці. За допомогою рекламних матеріалів реалізуються основні принципи залучення уваги – виділення товарів із загальної маси.

Третій принцип – комплексності. Під час вибору, розробки POS необхідно пам'ятати, що між елементами POS і рекламною компанією обов'язково має існувати візуальний зв'язок. Це необхідно для підсилення асоціацій із образом марки, що рекламується [1, с. 3].

На завершення варто сказати, що реклама у місцях продажу – це різні типи операцій, які впливають на поведінкові рефлексії споживачів у місцях продажу [2, с. 72]. Отже, використання інструментів просування у місцях продажів є переходом від звичайних форм стимулювання попиту до спеціальних форм допомоги споживачам зробити покупку більш обдуману і віддати перевагу тій крамниці і тому виробнику, що надали більше інформації для вибору.

Фірмові магазини, відділи відомих виробників все частіше використовують POS-матеріали для створення й підтримки власного іміджу.

*Список використаних джерел:*

1. Діброва Т. Г. Принципи організації маркетингових комунікацій у місцях продажів. URL: [https://economy.kpi.ua/files/49\\_kpi\\_2009.pdf](https://economy.kpi.ua/files/49_kpi_2009.pdf)
2. Попова Н. В. Маркетингові комунікації : підручник / Н. В. Попова, А. В. Катаєв, Л. В. Базалієва, О. І. Кононов, Т. А. Муха; під загальною редакцією Н. В. Попової. Харків: «Факт», 2020. 315 с.
3. Скригун Н. П. Маркетингові комунікації: конспект лекцій. /Скригун Н. П., Семененко К. Ю., Розумей С. Б. К.: НУХТ, 2018. 295с.

**Yana Ishchuk**

*Ivan Franko National University of Lviv*

**FEATURES OF USING POS-MATERIALS AT POINTS-OF-SALE**

This article discusses the need to use POS-materials at points-of-sale. According to the types of POS-materials, their functional location are analyzed. The rules of creating these types of advertising materials are substantiated and the effectiveness of their impact on the consumer is explained.

*Keywords:* advertising, marketing communications, POS-materials, consumer, point-of-sale, retail trade.



Юлія Кісточка  
ЛНУ ім. Івана Франка  
juliakist3@gmail.com

## ВИЗНАЧЕННЯ КРИТЕРІЇВ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ МЕНЕДЖЕРА

Управлінська праця відрізняється від праці робітника, зокрема, творчої і мультиформатною характеристиками. Сутність діяльності менеджера є двоїстою: він застосовує як знання по спеціальності, так і суто керівні. Менеджмент організації, що працює в умовах ринку, висуває високі вимоги до управлінського персоналу. Сучасний управлінець – це людина, яка володіє як загальними основами науки управління, так і специфічними знаннями та вміннями в області стратегії управління, інновацій, маркетингу, управління персоналом та виробництвом.

Менеджер – це керівник, який наділений повноваженнями і відповідальністю, відповідними його посади. Управлінська праця – це вид суспільної праці, основним завданням якого є забезпечення цілеспрямованої, скоординованої діяльності як окремих учасників спільного трудового процесу, так і трудових колективів в цілому. Кожен менеджер несе величезну як моральну, так і матеріальну відповідальність. Це визначає і його роль на всіх управлінських рівнях, насамперед, залежно від виявленого вміння приймати рішення в конкретних і часто змінних ситуаціях. [2]

Координація робіт менеджерів є одною з основних функцій поточного управління. Щоденне налагодження взаємодії між підрозділами та окремими виконавцями досягається шляхом створення механізмів координації. Науковці, на нашу думку, не достатньо приділяють уваги дослідженням процесам узгодження дій усіх підсистем організації для досягнення її цілей. Координація роботи здійснюється: шляхом підпорядкування (вертикальна координація) та шляхом встановлення зв'язків між підрозділами одного організаційного рівня (горизонтальна координація). Менеджер низового рівня здебільше у вертикальній координації малу роль вііграє, натомість результати його праці залежать від горизонтальної узгодженості дій. Вміння менеджера вищого рівня навпаки, значно залежать від правильної поведінки «по вертикалі». Загалом важко кількісно виміряти ефективність результатів управлінця. Але саме щодо вертикальної взаємодії критерієм ефективності є показник діапазону влади.

Вимоги до сучасного управлінця та критерії його ефективності – це взаємопов'язані питання. Процес управління виконують люди, а отже ефективність процесу управління залежить від ефективності діяльності управлінського персоналу підприємства, яка в свою чергу складається з ефективності діяльності окремих груп працівників та груп працівників різного рівня освіти, кваліфікації тощо. [1]

З точки зору критеріїв ефективності діяльності менеджера, вважаємо, що система мотивації особистості менеджера відіграє

о  
д  
н  
у  
з

Ще одним з основних критеріїв ефективності ми вважаємо особливості організації особистої праці менеджера. Організація праці менеджера безпосередньо пов'язана з використанням ним свого робочого часу на виконання окремих трудових процесів. Змістом організації праці менеджера є науково обгрунтовані рішення таких питань, як розподіл і кооперація праці працівників у масштабі підрозділу чи підприємства в цілому, вибір раціональної системи і методів роботи, підбір і розстановка персоналу, організація побочих місць і створення ефективного виробничого середовища для працівників, використання засобів механізації управлінських робіт. Конкретне рішення зазначених питань оперативного управління визначається методами і стилем керівництва менеджера, його загальноосвітнім і професійно-кваліфікаційним рівнем, удосконалення яких є одним із найважливіших завдань. [3]

і  
ш  
г.  
и  
х  
2.  
п  
і  
3.  
р  
е  
4.  
у  
м

Список використаних джерел: :

1. Мозгова Г.В Свіржевська А.І. Формування інформаційної системи менеджменту зовнішньоекономічної діяльності на базі сучасних інформаційних технологій. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки. Вип. 6, ч. 5, 2014, с.248-251. URL: [http://www.ej.kherson.ua/journal/economic\\_06/318.pdf](http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_06/318.pdf)
2. Івашків С. Менеджери в організації. Ознаки діяльності менеджера. Роль менеджера в організації. ЛІБС УБС НБУ, 2011. URL: <http://libfor.com/index.php?newsid=905>
3. Шевченко В. С. Самоменеджмент як основа ефективності управлінської праці. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. Вип. 20, ч. 3, 2018, с.147-151. URL: [http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/20\\_3\\_2018ua/32.pdf](http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/20_3_2018ua/32.pdf)
4. Орбан-Лембрик Л. Е. Психологія управління: науковий вісник. Київ:Академвидав, 2003, 568 с. Режим доступу: <http://academiapc.com.ua/product/203>

Julia Kistochka

Ivan Franko National University of Lviv

### DETERMINING THE CRITERIA FOR THE EFFECTIVENESS OF THE MANAGER

Основою керівництва є вплив (поведінка однієї людини, яка вносить зміни у поведінку, стосунки, емоції іншої людини) і влада (The question of manager's efficiency is investigated. The manager has a dual job: by profession and purely managerial functions, which is a problem of election. Conditions of efficiency are personal abilities, competencies, system of personal motivation of the head. Another important criterion is the organization of labor. Coordination of staff actions is a factor of effectiveness.

ж  
л  
и  
в  
і  
с  
т  
ь  
в  
п  
л  
и  
в  
а  
т

Keywords: requirements, modern management, personal work, motivation manager's activity

**Ірина Кіяк**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*  
*irynakiyak@gmail.com*

## **ІНКЛЮЗИВНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК РИНКУ ПРАЦІ В УКРАЇНІ**

У забезпеченні довгострокового економічного та збалансованого безпечного розвитку України пріоритетне місце займає ефективне функціонування ринку праці, оскільки важко досягнути справедливого розподілу ресурсів без вільного доступу населення до відтворювальних господарських процесів [1]. Тому актуальним, на нашу думку, є дослідження проблем і перспектив інклюзивного економічного розвитку ринку праці держави та визначення основних причин та наслідків формування безробіття.

На сьогоднішній день важливим фактором економічного розвитку будь-якої держави є не лише наявність людського ресурсу, але і його активна участь в усіх господарських процесах та реалізація здібностей до ефективної праці в умовах необхідності розширеного відтворення національного багатства України. Результати функціонування ринку праці впливають на найважливіші сектори соціально-економічного розвитку суспільства та всієї економічної системи держави.

До проблем функціонування українського ринку праці ми можемо віднести:

по-перше, значні втрати людських ресурсів у результаті анексії Криму, активних бойових дій в областях на сході, півночі та півдні України (локальні підприємства та регіональні офіси компаній на цих територіях зазнали серйозної руйнації або знищення, що призвело до скорочення персоналу або ж навіть до закриття підприємств);

по-друге, збільшення рівня зовнішньої та внутрішньої міграції (ми маємо справу не тільки з трудовою міграцією, а й з міграцією біженців із нестабільних регіонів. Внутрішня міграція вносить додаткове навантаження на ринок праці центральних та західних регіонів України, що впливає на рівень безробіття);

по-третє, затребуваність кваліфікованих спеціалістів з України за кордоном, особливо через невисокий рівень фінансових очікувань, але при цьому - високу кваліфікацію [2];

по-четверте, тіньову зайнятість тощо.

Останніми роками концепція інклюзивності активно обговорюється і в Україні, проте здебільшого у контексті освіти чи працевлаштування людей з інвалідністю і менше – як модель економічного розвитку. Водночас проблема бідності та критичний рівень розшарування населення і взаємної недовіри потребують нових інклюзивних підходів в економіці [3].

В сучасних умовах головною базою інклюзивного економічного розвитку ринку праці в Україні має стати збільшення обсягу інвестицій в людський капітал, створення нових робочих місць із забезпеченням можливостей якісного особистісного розвитку, структурна трансформація господарювання, здійснення прогресивної податкової політики, забезпечення соціального захисту населення, недопущення дискримінації, соціалізація економіки, побудова мережі сильних інклюзивних інститутів економічного розвитку.

Основними напрямками антикризового управління розвитком ринку праці на засадах концепції інклюзивного зростання є [4]:

- забезпечення гідної оплати праці населенню держави;
- досягнення високого рівня доступності та якості освіти й медицини;
- стимулювання підприємницької активності;
- формування рівних можливостей для всіх громадян, не залежно від національності, мови, соціального статусу тощо;
- створення сприятливих умов для інвестування та формування інноваційної моделі розвитку;
- реалізація програм з масової зайнятості;
- екологізація економічного розвитку ринку праці;
- впровадження справедливих і ефективних заходів з розподілу доходів;
- підвищення рівня соціальної згуртованості й активності у суспільстві.

Отже, враховуючи сучасний стан ринку праці та зайнятості в Україні, пріоритетним напрямом державного регулювання зайнятості має стати проведення ефективної економічної політики в інтересах забезпечення високого рівня зайнятості та регулювання безробіття, що вимагає чіткої організації допомоги в наданні або пошуку роботи усім, хто бажає працювати. Діяльність органів державного управління із здійснення політики зайнятості населення повинна відображати весь спектр активних і пасивних заходів держави на ринку праці і застосовувати найбільш ефективні методи і способи державного управління з врахуванням особливостей конкретного регіону.

Підсумовуючи усе вищезазначене, можна стверджувати, що уряд України активно сприяє забезпеченню інклюзивного економічного розвитку ринку праці. Державна політика зайнятості передбачає розроблення програм, що зможуть забезпечити більш високий рівень зайнятого населення та відповідно зниження кількості безробітних, що матиме своє відображення у статистичних показниках. Але, незважаючи на досягнення щодо покращення соціально-економічного становища на ринку праці, важливим завданням залишається раціоналізація структури зайнятості на базі поліпшення якості робочої сили, розвитку її професійної мобільності, удосконалення політики оплати праці та створення сучасних високотехнологічних робочих місць відповідно до завдань модернізації економіки.

*Список використаних джерел:*

1. Квак М. В. Збалансовано-інклюзивний розвиток економіки держави / М. В. Квак // Інтелект XXI : науковий економічний журнал. – №5. – Одеса: ВД "Гельветика", 2021. – С. 32-36.
2. Шинкарук Л., Власенко Ю., Геращенко В. Сучасні проблеми розподілу доходів і ринку праці в контексті інклюзивного зростання. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=http://visnykj.wunu.edu.ua/index.php/visnykj/article/viewFile/1083/1187>
3. Вороніна А.В., Ніколаєва К.М Проблеми та перспективи розвитку ринку праці в Україні. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2015/2/39.pdf>
4. Джинчарадзе Н.Г., Боков О.В., Гулевич О.Ю., Вітряк Т.Б., Шостак І.В., Куліков Г.Т., Красівський Д.О., Савченко Н.В., Савенко О.О., Літвінчук Л.Й. Сучасні тенденції розвитку ринку праці в Україні: наукова доповідь. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://goo.su/GUT>

**Kiiak Iryna**

*Ivan Franko National University of Lviv*

### **INCLUSIVE ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE LABOR MARKET IN UKRAINE**

The problems of inclusive development of the labor market in Ukraine are revealed in these theses. The conceptual approaches to solving the problem of labor market reform, development of programs that can provide a higher level of employment are analyzed.

*Keywords:* labor market, inclusive development, labor market problems, development prospects.

**Ганна Головчак, Адріана Каленюк**  
*Львівський національний університет імені Івана Франка*  
e-mail: [hanna.holovchak@lnu.edu.ua](mailto:hanna.holovchak@lnu.edu.ua), e-mail: [adriana.kaleniuk@lnu.edu.ua](mailto:adriana.kaleniuk@lnu.edu.ua)  
**АНАЛІЗ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЦИФРОВІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ**

Державне регулювання ринку інформаційних послуг повинно враховувати специфічні риси видів діяльності, що до нього входять з огляду на інноваційні процеси у сфері техніки і технологій, загальну цифровізацію економічних відносин, масштабну глобалізацію. Будь-яка держава повинна вибрати свій шлях формування дієвого механізму регулювання цієї сфери з метою підвищення ефективності діяльності не лише суб'єктів, які функціонують на цьому ринку, але і інших виробничо-господарських суб'єктів, які в умовах глобальної діджиталізації є залежними від якості і оперативності отриманих інформаційних послуг. Розвиток ринку використання та споживання інформаційно-комунікаційних та цифрових технологій у всіх сферах суспільства для суттєвого поліпшення якості життя населення та значного підвищення рівня ефективності виробництва, насамперед, залежить від рівня цифровізації різноманітних процесів самої держави.

Державне регулювання процесів інформатизації та цифровізації економіки в кожній країні матиме свої особливості з огляду на існуюче широке коло методів, механізмів та інструментів з обов'язковим особливостей розвитку національної економіки чи стратегічних векторів розвитку країни, рівня інноваційних процесів та технічного прогресу під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів. В Україні у зв'язку з тим, що до 1991 року вона перебувала в умовах тоталітарного контролю з боку органів влади щодо інформації, провідна роль відведена державі як органу, що може забезпечити інформацією та викликати довіру до її актуальності та правдивості. Це пов'язано з тим, що впродовж 1946–1991 рр. в СРСР, частиною якого була Україна, «функціонував спеціальний центральний орган державного управління – Міністерство зв'язку, що здійснював управління поштовим, телеграфним, телефонним зв'язком та радіозв'язком загального користування, технічними засобами радіомовлення, радіофікації та телебачення, а також розповсюдженням періодичних видань по всій країні» [1]. Незважаючи на те, що вже 30 років держава є незалежною прослідковується нескінченний характер взаємодії органів публічної влади та суспільства на шляху формування інформаційного суспільства. Це відбувається у зв'язку з тим, що знижується довіра до держави в контексті формування і розповсюдження нею достовірної і релевантної інформації. Відповідно формування позитивної думки в суспільстві щодо діяльності держави у сфері інформатизації та цифровізації має першочергове значення.

Україна згідно Світового рейтингу цифрової конкурентоспроможності (IMD World Digital Competitiveness Ranking) посідає 54 місце серед 64 країн у 2021 році. Для порівняння у 2019 році – вона займала 60 місце і у 2020 році – 58. Для порівняння країни Східної Європи мають значно кращі показники Естонія (25), Литва (30), Словенія (35 місце), Польща (41 місце проти 33 місця роком раніше), Чехія (37) та Латвія (36 місце). Навіть росія має 38 місце і Казахстан 32 місце [2]. Оцінка відбувалася з огляду на три основних групи показників:

«Знання» - показники, які характеризують процес цифрової трансформації через відкриття, розуміння та вивчення нових технологій;

«Технології» - показники оцінюють основу та можливості впровадження та розвитку цифрових технологій (державне регулювання, наявність капіталу для інвестицій тощо);

«Майбутня готовність» - показники, які оцінюють своєрідну адаптивність, до технологій урядом, бізнесом та суспільством в цілому.

Найкраща позиція у нас в секторі «Знання», де наш рейтинг 37 і особливо на це впливає субкатегорія «Навчання та освіта», яка має найвищий рівень з усіх категорій – 18. До сильних сторін країни віднесено можливість розпочати свій бізнес, швидкість Інтернет-підключень, е-демократія. До слабких сторін країни відносять субкатегорію «Кредитний рейтинг країни» - 62 позиція та субкатегорії «Кібербезпека» - 55 місце і «Пірацтво у сфері програмного забезпечення» - рейтинг 60 [2].

Провівши аналіз ми вважаємо за доцільне виокремити такі основні кроки на шляху підвищення ефективності ринку інформаційних послуг в Україні:

1. Розробка концепції розвитку на рівні держави та окреслення стратегічних векторів. В Україні діє Міністерство цифрової трансформації України з вересня 2019 року. Це є «центральний орган виконавчої влади, який відповідає за формування та реалізацію державної політики у сфері цифровізації, відкритих даних, національних електронних інформаційних ресурсів, інтегрованості — взаємодії мережевих систем на базі уніфікованих інтерфейсів або протоколів, впровадження електронних послуг та розвиток цифрової грамотності громадян, сприяє розвитку широкосмугового доступу до інтернету, телекомунікаційних мереж та ІТ-індустрії» [3]. Кабінет міністрів України Розпорядженням від 17 січня 2018 р. № 67-р схвалив «Концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки», яка передбачає «здійснення заходів щодо впровадження відповідних стимулів для цифровізації економіки, суспільної та соціальної сфер, усвідомлення наявних викликів та інструментів розвитку цифрових інфраструктур, набуття громадянами цифрових компетенцій, а також визначає критичні сфери та проекти цифровізації, стимулювання внутрішнього ринку виробництва, використання та споживання цифрових технологій» [4].

На нашу думку, крім затвердження концепцій державі в особі міністерств і відомств необхідно відслідковувати їх виконання і працювати в напрямку їх реалізації. В концепції прописано рейтингові цілі реалізації якими є досягнення у 2020 році:

- 1) 30 місця в рейтингу Networked Readiness Index (WEF) (у 2016 році як і у 2020 році - 64 місце);
- 2) 40 місця у рейтингу Global Innovation Index (INSEAD, WIPO) (у 2016 році 56 місце, а у 2020 році піднялася на 45 місце);
- 3) 50 місця у рейтингу ICT Development Index (ITU) (у 2016 році – 79 місце і у 2020 році піднялася на 67 місце);
- 4) 60 місця у рейтингу Global Competitiveness Index (WEF) (у 2016 році - 85 місце, у 2019 році також 85 місце) [5].

Як бачимо з вищевказаної інформації жоден з бажаних рейтингових позицій не був виконаний. Отже, необхідно не лише декларувати положення концепції, але і дотримуватися її догм. Також доцільно затвердити концепцію на наступні роки, адже 2021 рік вже завершився, а концепція була лише до 2020 року. Це один з прикладів того, що держава повинна дотримуватися чіткості в процесі виконання своїх функцій, тим більше у сфері інформатизації та цифровізації.

2. Покращення цифрової інфраструктури та інституційного забезпечення.

Для поширення інформації та можливості застосування цифровізації в економічних відносинах та в процесах отримання та опрацювання інформації важливим залишається рівень покриття території країни цифровими інфраструктурами, тобто точками доступу до мережі Інтернет з метою отримання елементарної можливості використовувати інформаційні послуги, як з боку держави, так і приватних структур. В Україні показник покриття території мережами інтернет складає близько 60%, що потребує суттєвих допрацювань. Це породжує соціальну нерівність в доступу громадян до цифрових технологій та сфери інформаційних послуг.

Отже, на сьогоднішній день саме державі як провідному інституту належить головна роль у забезпеченні ефективності процесу цифрової трансформації та інформативно-комунікативної діяльності.

*Список використаних джерел:*

1. Твердохліб О. С. Інституційне середовище формування та реалізації інформаційної політики в Україні. *Вісник Національного університету цивільного захисту України : зб. наук. пр.* Харків : Вид-во НУЦЗУ, 2016. Вип. 2 (5). С. 165–171.
2. IMD World Digital Competitiveness Ranking (WDCR) URL: <https://www.imd.org/centers/world-competitiveness-center/rankings/world-digital-competitiveness/>
3. Офіційний сайт Міністерства цифрової трансформації України URL: <https://thedigital.gov.ua/>
4. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17.01.2018 р. № 67-р. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80/page2>.
5. Конкурентоспроможність України: інформаційний огляд та ситуаційний аналіз. Департамент розвитку електронних комунікацій. Київ, 2021. URL: <https://cip.gov.ua/services/cm/api/attachment/download?id=37433>

**Hanna Holovchak, Adriana Kaleniuk**

*Ivan Franko National University of Lviv, 79008 Lviv, Prospekt Svobody 18*

*e-mail: hanna.holovchak@lnu.edu.ua, e-mail: adriana.kaleniuk@lnu.edu.ua*

**ANALYSIS OF REGULATION OF DIGITALIZATION IN UKRAINE AT THE STATE LEVEL**

It was found that digital technologies are extremely important for the development of the information society. The need to intensify the efforts of business, the state and society in the spread of digital technologies and accelerate the formation of the digital economy in Ukraine was argued.

*Keywords:* state regulation, digital economy, information society, development concept, rating

## Мар'яна Калиновська, Марія Літвінова, Ольга Пастушок

Львівський національний університет імені Івана Франка

*kalynovskaaa@gmail.com, mashenka.litvinova0000@gmail.com, ola.hola321@gmail.com*

### ВПЛИВ ВІЙНИ НА ЗМІНИ РИНКУ ПРАЦІ В СФЕРІ МАРКЕТИНГУ

Після початку повномасштабного вторгнення росії в Україну, світова економіка зазнала значних змін. Найбільше постраждала, звісно ж, Україна: Світовий банк прогнозує падіння нашого ВВП на 45%. Дуже страждає національний ринок праці: зруйновані підприємства, внутрішньо і зовнішньо переміщені громадяни, багато з яких були вимушені залишитись без роботи. Перед нами постали завдання розгляду маркетингової складової цього ринку, з'ясування особливостей функціонування ринку та його ролі в боротьбі з ворогом, виявлення найбільш затребуваних маркетингових спеціальностей.

Аналізуючи статистику найбільшого і досить авторитетного українського сайту для пошуку роботи і працівників *roбота.ua*, ми дізналися, що майже половина — 45,5%, маркетингових компаній не працюють, але планують відновити свою роботу після війни. Серед інших 54,5% - це фірми, які зовсім зупинили свою діяльність (9,1%), або ж не зупиняли загалом (45,4%), частина з них лише зробила релокацію для можливості хоч якогось функціонування [1]. На сьогодні існують навіть спеціальні програми релокації бізнесу з місць бойових дій до інших регіонів України, зокрема західних [4]. Значна частина підприємств перейшла на дистанційний формат роботи, який і так був досить поширений ще з 2019 року, коли почалась світова пандемія - COVID-19.

Введення воєнного стану в нашій країні вплинуло на різні галузі суспільного життя, сфера бізнесу не є винятком. Компанії з надання маркетингових послуг зіткнулись з певними проблемами в роботі, зокрема: відсутність нових замовлень, втрата попередніх клієнтів в межах країни, заборгованість партнерів по виконаних замовленнях, також іноді втрата іноземних клієнтів. Відсутність нових потенційних замовників не є дивною, адже для іноземних компаній, які раніше не працювали з Україною, є дуже ризикованим укладати великі угоди з державою у якій триває війна. За думкою провідного економіста, заступник директора МВФ, Владислава Рашкована, щоб знайти потенційних клієнтів зараз, найбільшу увагу потрібно звертати на державні замовлення та військові організації, адже вони мають найбільше фінансування на даний час.

Заробітна плата є дуже важливим елементом у трудових відносинах між працівником та роботодавцем. Будь-яка компанія є зацікавленою у збереженні своїх працівників та у мінімізації відтоку кадрів, якщо це не є необхідним, тому виплата зарплат є ледь не основним чинником утримання персоналу в компанії. Саме через це 72,7% фірм намагаються здійснювати виплати хоча б частково, проте все ж стабільно. Інші 27,3% не мають можливості це робити через зрозумілі на те причини. Окрім того, в березні цього року був виданий Закон України «Про організацію трудових відносин в умовах воєнного стану», який зробив процедури пов'язані з виплатами заробітних плат значно легшими та зручнішими у нинішній час. Цей документ передбачає певні зміни у структурі відносин між роботодавцем і робітником, які стосуються насамперед нюансів звільнення, виплат зарплати, збільшення тривалості робочого часу до 60 годин на тиждень та можливості брати відпустку, проте без збереження заробітної плати. Завдяки цьому закону значна кількість проблем пов'язаних із виплатами коштів працівникам може бути врегульована, окрім того більшість бізнес-процесів можуть зберегти своє належне функціонування для підтримання існування бізнесу та, можливо, отримання певного доходу в бюджет.

Війна також не оминула систему кадрів, проте ситуація, яка склалась в цій сфері, була досить передбачуваною. Від скорочення штату постраждало більше половини компаній. Всі інші намагаються продовжити працювати з брендом роботодавця та утримувати штат не через маркетингові активності чи піар, а через підтримку своїх співробітників, адже ті сподіваються більше на фірму, в якій працюють, а не на підтримку держави. Щодо збитків, то майже 64% компаній їх отримали на рівні до 100 000\$, а 9% їх не зазнали взагалі.

Цикл ринку має досить вагоме значення, зокрема він допомагає маркетологам та іншим працівникам у сфері бізнесу бути готовими до зміни кількості вакансій та коливання попиту і пропозицій на ринку праці. Зазвичай цикл ринку праці такий:

- на початку року кількість вакансій найменша;
- потім вона поступово зростає і має два «буми»: у червні та вересні;
- з вересня до кінця року попит на ринку праці зменшується, а потім починається наступний цикл.

Україна заходила у традиційний цикл, але російська агресія перебила тренд. Кількість резюме з початком війни знизилась, але починає збільшуватись з кожним днем. Так само стали збільшуватись і вакансії, цьому могло сприяти скорочення штату [2].

Через війну в країні підприємства стали також допомагати ЗСУ, гуманітарним організаціям та/або волонтерським групам. Згідно опитування всі фірми допомагали тим, чим змогли, та майже половина – відправила кошти на допомогу Збройним Силам України. Загалом, маркетинг досить сильно допомагає волонтерській діяльності, наприклад, оформлюючи різні сайти для збирання коштів в допомогу ЗСУ або для тимчасово переселених осіб. Маркетологи, як і багато інших спеціалістів, зараз борються на інформаційному фронті війни. Вони, зокрема, доносять до людей правдиву, важливу інформацію через певні канали комунікації; створюють та розповсюджують англомовні пости та інші джерела інформації для міжнародної спільноти.

В топ-5 найзатребуваніших професій сфери маркетингу, згідно дослідження популярного сайту, ввійшли: інтернет-маркетинг/інтернет-реклама, копірайтинг, account management, продажі реклами та графічний дизайн. Хоча б деякі з цієї вибірки можна логічно пояснити. Друге місце посіли саме копірайтери, адже упорядковувати рекламні тексти досі потребує як піар, так і SMM. Як ми пояснили раніше, в бізнесі зараз не найкращі часи, зменшились обсяги продажів, тому однією з найпопулярніших професій в сфері маркетингу є продажі маркетингових послуг. Графічний дизайнер, як припускають аналітики, може піднятися до другого або навіть і до першого місця. А ось вже після нашої перемоги, коли в повній мірі та з певною ефективністю почнуть відновлюватись усі економічні процеси, на ринку праці стануть затребуваними ледь не усі спеціалісти в галузі маркетингу [1].

Отже, у висновку можна сказати, що сфера маркетингу намагається підтримувати свою діяльність попри всі труднощі, які виникли через війну. Кожен бізнес зараз працює на підтримання економіки України, тим самим забезпечує робочі місця для багатьох професіоналів на ринку праці. Як ми сказали попередньо, майже 46% компаній тимчасово призупинили свою роботу, тому ми сподіваємось, що наша перемога вже близько і ці підприємства зможуть повернутись до звичного функціонування. Якщо говорити про компанії, які продовжують свою роботу, то багато з них зіткнулися з проблемами пов'язаними з особливостями ведення бізнесу в умовах воєнного стану. Зокрема, виникли проблеми з виданням заробітних плат, проте більшість компаній все ж намагаються стабільно виконувати грошові виплати своїм працівникам. Розв'язанню деяких проблем, які виникли в підприємствах, посприяв Закон України «Про організацію трудових відносин в умовах воєнного стану» [3]. Через війну значна кількість компаній понесла збитки та була змушена скоротити штат працівників. Проте в процесі поступового відновлення роботи підприємств попит на робочу силу стає більшим і професіонали, маркетологи зокрема, стають затребуваними в залежності від типу професії у певній сфері.

*Список використаних джерел:*

1. Аналітика ринку праці в сфері маркетингу в умовах війни. URL: <https://youtu.be/QxmPs7tHlz4> (дата звернення 14.05.2022).
2. Аналітика ринку праці до та під час війни. Час ринку шукача скінчився. URL: <https://buhgalter911.com/uk/news/news-1064683.html> (дата звернення 14.05.2022).
3. Про організацію трудових відносин в умовах воєнного стану: Закон Верховної Ради України від 15 березня 2022 року № 2136-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2136-20#Text> (дата звернення 14.05.2022).
4. Релокація та відновлення вашого бізнесу в Україні. URL: [https://bizrelocation.com.ua/?gclid=Cj0KCQjwpv2TBhDoARIsALBnVnmmlQcaNKVvXhmilDKaEbhGdB\\_V2GVAHtm6xqfRc7wojRSpU45yGUsaAm7aEALw\\_wcB](https://bizrelocation.com.ua/?gclid=Cj0KCQjwpv2TBhDoARIsALBnVnmmlQcaNKVvXhmilDKaEbhGdB_V2GVAHtm6xqfRc7wojRSpU45yGUsaAm7aEALw_wcB) (дата звернення 14.05.2022).

**Mariana Kalynovska, Marya Litvinova, Olha Pastushok**

*Ivan Franko National University of Lviv*

THE IMPACT OF THE WAR ON CHANGES IN THE MARKETING LABOR MARKET

In this thesis, we got acquainted with how the labor market works during the war, in particular in the field of marketing. The following questions were raised: does the field of marketing work? how does it help in the fight against the enemy? what is the situation with the staff? What are the most popular specialties in marketing now?

We realized that the marketing industry is trying to maintain its activities despite all the difficulties that have arisen since the war. Every business now works to support Ukraine's economy, thus providing jobs for many professionals in the labor market.

Almost 46% of companies have temporarily suspended their work, so we hope that our victory is near and these companies will be able to return to normal operation. If we talk about companies that continue operating, many of them have faced problems related to the peculiarities of doing business in a state of war. In particular, there are problems with the issuance of wages, but most companies are still trying to consistently make cash payments to their employees. The Law of Ukraine "On the Organization of Labor Relations in Martial Law" contributed to the solution of some problems that arose in enterprises. As a result of the war, a significant number of companies have suffered losses and were forced to reduce their staff. However, in the process of the gradual recovery of enterprises, the demand for labor is growing and professionals, and marketers, in particular, are in demand depending on the type of profession in a particular field.

*Keywords:* Labour market; relocation; marketing; cadres; charitable activities; customer; martial law; employee; marketing services; employer; vacancies; staff reduction.

Ірина Карачун

Львівський національний університет імені Івана Франка

IRYNA.KARACHUN@lnu.edu.ua

## РОЗПОДІЛ ПРОДУКЦІЇ НА ПРОДОВОЛЬЧОМУ РИНКУ УКРАЇНИ ТА СВІТУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Вторгнення росії на територію України 24 лютого 2022 року зумовило зміни в роботі аграрних підприємств та ланцюгів постачання сировини, ресурсів і готової продукції. Тому одними з ключових питань стали забезпечення українців продовольством та достатність зерна для внутрішнього споживання.

За даними Державної служби статистики України, станом на 1 лютого 2022 р. загальна наявність зерна у сховищах становила майже 26,3 млн тонн, або більше 30% від загального обсягу виробництва зернових у 2021 р. З урахуванням наслідків військового вторгнення росії (суттєве скорочення експорту та пошкодження виробничої інфраструктури), у лютому-березні 2022 р. було експортовано та підготовлено до експорту дещо більше 6,4 млн тонн та перероблено і спожито на внутрішньому ринку близько 2,6 млн тонн зернових культур. Таким чином, станом на 1 квітня підзвітний обсяг запасів можна оцінити у 17,3 млн тонн [3]. Однак варто зауважити, що значна частина запасів (20-30% залежно від культури) залишається поза звітністю, тобто фактичний обсяг зерна більший.

У середньому близько 60% запасів зернових культур формуються безпосередньо на підприємствах сільгоспвиробників, що формує розподіл невеликих партій по більшій території країни, ніж при консолідації в умовах великих елеваторів, а також підвищує ймовірність збереження запасів при військових діях. У свою чергу, аналіз структури запасів зернових культур станом на 1 лютого показує, що наразі близько 43% обсягів запасів може бути зосереджено в небезпечних та умовно безпечних регіонах, а близько 16% — в регіонах, що залишаються небезпечними.

Аналіз наявної бази елеваторів вказує на те, що близько 39% потужностей зі зберігання розташовано в небезпечних та умовно безпечних регіонах, а 16% — в найбільш небезпечних областях. Розміщення запасів у небезпечних регіонах не означає їхню повну втрату, але це обмежує доступ до них, у першу чергу для експорту. При цьому ризики фізичної втрати частини запасів усе ж таки залишаються високими.

Наразі з точки зору продовольчого забезпечення продуктами переробки зерна в Україні потенціал борошномельного сегменту є досить суттєвим, навіть за наявності проблем із роботою підприємств у небезпечних регіонах, і потреби населення в борошні в цілому можуть бути задоволені. Але стримуючими факторами залишаються логістичні питання, наявність пшениці продовольчих кондицій та реалізація висівків. Що ж стосується круп'яної продукції, то найбільш проблемним виглядає сегмент гречки, де є потреба в імпорті сировини чи готової продукції для забезпечення питомих показників виробництва на рівні попередніх сезонів. У решті ж сегментів виробництво цілком може бути переорієнтованим, але, знову ж таки, постає питання забезпеченості сировиною.

Крім того, слід зазначити, що в Україні внаслідок міграційних процесів відбувся перерозподіл регіонального споживання продуктів харчування та зниження попиту на них в одних регіонах і зростання в інших. На ці моменти слід звернути увагу при плануванні постачання продовольства для забезпечення населення всім необхідним.

На продовольчий ринок України також впливає рівень безробіття. За даними опитування соціологічної групи «Рейтинг» станом на кінець квітня цього року більше третини українців (39%) залишаються безробітними через війну [1]. У березні тих, хто не мав роботу, було 53%, а на початку квітня — 41%. Хоча спостерігається позитивна тенденція, однак все ж існує загроза недостатності кваліфікованих кадрів для проведення повномасштабної посівної. Крім того, настрої у суспільстві також не сприяють заспокоєнню населення: половина опитаних (54%), котрі втратили роботу на час війни вірять, що зможуть повернутися на попереднє місце праці, а 40% — не вірять. Це хоч не стосується системи розподілу безпосередньо, однак створює загальний клімат для її функціонування у державі.

За понад 2 місяці російсько-української війни зруйновано щонайменше 23 тисяч кілометрів доріг і 32 тисяч квадратних метрів житлового фонду, 535 дитячих садочків, 866 закладів середньої, передвищої та вищої освіти, 231 медичний заклад, 173 заводи та підприємства, 75 адміністративних будівель, 277 мостів і мостових переходів, 11 військових аеродромів, 11 аеропортів і 2 порти, 95 релігійних і 130 інших культурних споруд [2]. Усі ці руйнування не можуть не вплинути на функціонування інфраструктури продовольчого ринку в тому числі.

Військова агресія росії в Україні, загрожує не лише українцям, а й глобальній продовольчій безпеці всього світу. Україна є світовою житницею. Традиційно в Україні левова частка валового збору зерна йшла на експорт, тоді як частка врожаю, необхідна для внутрішніх потреб, за останні 5 сезонів не перевищувала 36%, в т.ч. на продовольче споживання в середньому припадало лише близько 6%, на кормове — 18%. За результатами 2021 року Україна займає 4-те місце в рейтингу найбільших світових експортерів пшениці. За вказаний період наша країна експортувала 20,1 млн т пшениці. 90% українського експорту відбувалося через морські порти, які заблоковано росією з перших днів війни.

Зупинка українського експорту суттєво впливає на забезпеченість світового ринку пшеницею, яка є основою одного з головних продуктів харчування в світі — хліба. Відсутність поставок через військові дії з України аграрної продукції та блокування морських портів за 2 місяці війни спричинили стрімке зростання цін на зернові культури. Згідно даних FAO, індекс цін на зернові культури в березні 2022 року виріс на 17,1% в порівнянні з лютим і досяг історичного максимуму [6].

Росія війною проти України порушила, напрацьовані роками, ланцюги постачання. ООН попереджає, що закриття портів у Чорному морі може спровокувати глобальну продовольчу катастрофу, яка призведе до голоду, масової міграції та політичної нестабільності у світі [8].

Масштаб економічного впливу цієї війни є дуже невизначеним і частково залежатиме від тривалості війни та відповідей політики, але зрозуміло, що війна призведе до істотного короткострокового гальмування глобального зростання та значного посилення інфляційного тиску.

*Список використаних джерел:*

1. Дев'яте загальнонаціональне опитування: соціально-економічні проблеми під час війни (26 квітня 2022) URL: [https://ratinggroup.ua/research/ukraine/devyatyy\\_obschenacionalnyy\\_opros\\_socialno-ekonomicheskie\\_problemy\\_vo\\_vremya\\_voyny\\_26\\_aprelya\\_2022.html](https://ratinggroup.ua/research/ukraine/devyatyy_obschenacionalnyy_opros_socialno-ekonomicheskie_problemy_vo_vremya_voyny_26_aprelya_2022.html) Дата звернення: 10.05.2022 р.
2. Обсяг виробництва, урожайність та зібрана площа сільськогосподарських культур за їх видами // Держстат України – URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu\\_u/cg.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/cg.htm) Дата звернення: 10.05.2022 р.
3. Проект KSE Institute спільно з Офісом Президента України, Міністерством економіки - URL: <https://damaged.in.ua/> Дата звернення: 09.05.2022 р.

4. Реалізація продукції сільського господарства підприємствами та господарствами населення// Держстат України –URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu\\_u/cg.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/cg.htm) Дата звернення: 10.05.2022 р.
5. Рожко В.В. Військові баланси продовольства в Україні – АПК Інформ – 18 квітня 2022 р. –URL: <https://www.apk-inform.com/uk/exclusive/topic/1526470> Дата звернення: 09.05.2022 р.
6. FAO. 2022. Ukraine: Rapid Response Plan, March–December 2022 – Supporting agricultural production to bolster food availability and access. Rome. URL: <https://doi.org/10.4060/cb9457en> Дата звернення: 07.05.2022 р.
7. Economic and Social Impacts and Policy Implications of the War in Ukraine OECD Economic Outlook, Interim Report – March 2022. – URL: <https://www.oecd.org/economic-outlook/> Дата звернення: 07.05.2022 р.
8. What Happened on Day 52 of the War in Ukraine. The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/live/2022/04/16/world/ukraine-russia-war-news#the-closing-of-ukraines-southern-ports-could-trigger-a-global-food-catastrophe-the-un-warns> Дата звернення: 07.05.2022 р.

**Karachun Iryna**

*Ivan Franko National University of Lviv*

*IRYNA.KARACHUN@lnu.edu.ua*

**DISTRIBUTION OF PRODUCTS ON THE FOOD MARKET OF UKRAINE AND THE WORLD IN MODERN CONDITIONS**

The provision of the population of Ukraine with grain crops is characterized. Peculiarities of functioning of sales chains in the conditions of military actions are considered. The impact of Russia's invasion on exports is determined. The threats of continuing the war to ensure food security have been outlined.

*Keywords:* food market, supply chains, agriculture, food security, food exports, war, influence.



**Владислава Карпалюк**  
Львівський національний університет імені Івана Франка  
karpvladka@gmail.com

## ЕКОЛОГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ

В останні роки екологічні проблеми почали часто висвітлюватись у ЗМІ, на сайтах, у соціальних мережах ведуть блоги на цю тему. Це питання стає вже на вищому рівні, що змушує підприємців змінювати певні пріоритети. Створення довгострокової стратегії бізнесу із врахуванням проблеми екологізації поведінки споживача відкриває перед компанією нові конкурентні можливості, де важливим на ринку стає інтерес до екологічності товарів.

«Екологічний маркетинг - це розробка і створення методів просування і реалізації екологічно безпечної продукції або послуги. Одна з цілей екологічного маркетингу полягає в тому, щоб забезпечити баланс інтересів економіки та охорони навколишнього середовища» [3].

«Екологічний маркетинг є невід'ємною частиною всієї світової політики, що обумовлює вирішення проблем, пов'язаних із забрудненням атмосфери, природи і в цілому навколишнього ареалу. Необхідно пам'ятати, що забезпечення екологічної безпеки виступає основним геополітичним фактором і рушійною силою добробуту суспільства, що нерозривно пов'язано з скороченням тривалості життя людини, а також проблемами в сфері природи та екології, що виникають у зв'язку з міжнародними військовими діями» [1].

«Зелений маркетинг» заснований на принципах екологічної нешкідливості. В основі екологічного маркетингу лежить екологічна політика, екологічна відповідальність організацій, їх чесність по відношенню виробничо-технічних процесів. Метою такого маркетингу є створення економічних умов для підприємств, при яких буде стимул змінювати технології виробництва та раціональне використання природних ресурсів. Порівняно зі звичайним маркетингом, який орієнтується на потреби споживачів, то зелений маркетинг - на екологічні нестатки, запити. Вся увага спрямована на виробництво екологічно чистих товарів. Компанії шукають шляхи, як зберегти ресурси Землі, наприклад, стартап Hampton Creek працює над тим, щоб вирощувати м'ясо в пробірках, а японський підприємець Нобуіоші Ямасакі почав виробляти папір з каменю.

«Сьогодні можна виділити головні еко-тренди, які легко реалізувати в кожній компанії:

1) *Сонячна енергія і сонячні батареї.* Все йде до того, що сонячні батареї стануть найдешевшим способом отримання енергії. Корпорації і звичайні жителі все частіше встановлюють на виробництві або будинках сонячні батареї. Згідно зі статистикою, потужність сонячної енергії зросла в 50 разів за останні 10 років. Сонячні батареї часто застосовують в рамках екологічного маркетингу готелів.

2) *LED-лампи.* Їх активно використовують на промисловому і побутовому рівні, оскільки це енергоефективний джерело освітлення. Світлодіоди споживають в 10 разів менше електроенергії, ніж звичайні лампи розжарювання і забезпечують до 10 років постійної роботи. Крім того, вони не містять ртуті. Використання LED-ламп це один з поширених способів підтримки екологічного маркетингу на підприємстві.

3) *Електромобілі.* Тренд поєднує в собі енергозбереження, екологічність і економічність. Компанії набувають для співробітників електрокари, та й пересічному споживачеві є з чого вибрати еко-машину на будь-який гаманець: починаючи від Nissan і закінчуючи Tesla. У 2017 році концерн Tesla анонсував випуск вантажівки електровантажівки Semi.

4) *Еко-матеріали.* Використання екологічних матеріалів на виробництві - один з найпоширеніших трендів. Компанії випускають товари в картонних упаковках, відмовляються від пластикових пакетів і використовують тільки полімери, які можна переробити. Продукти все частіше випускають з приставкою ЕКО, що означає відсутність хімії та втручання на генному рівні.

5) *Еко-спільноти.* За останні 10 років відбулося стрімке зростання організацій, чия робота спрямована на підняття питань захисту навколишнього середовища. Вони організують конференції, шукають інноваційні ідеї та спонсорів, для їх реалізації» [2].

Великі компанії різних сфер діяльності, які часто є лідерами на ринку, створюють різні екологічні програми. «До прикладу, одна з найбільших монобрендових мереж АЗК і найбільший імпортер палива в Україні, WOG приділяє значну увагу екологічним питанням. Зокрема, переводячи свої АЗК на живлення від сонячних батарей. На заправках WOG вже встановлені 800 сонячних панелей, які виробляють 180 тис. кВт електроенергії на рік. Наступний напрямок — проект "До природи з добром". Це екопрограма, яка на перших етапах буде акцентуватися на сортуванні сміття (вже встановлені спеціальні баки), переробці кавової макухи і зборі батарейок. Раніше компанія не раз проводила подібні акції, але зараз WOG реалізує вже стратегічний підхід до раціоналізації використання природних ресурсів та захисту екології» [5].

Як бачимо, компанії по всьому світу намагаються зробити наш світ чистішим, безпечнішим і екологічним. Вони відповідають на основні тренди, які диктують громадські організації і споживачі. Отже, екологічний маркетинг має свою силу впливу на споживачів та певною мірою на підприємців.

*Список використаних джерел:*

1. Екологічний маркетинг [Електронний ресурс] – URL: [https://stud.com.ua/78104/marketing/ekologichniy\\_marketing](https://stud.com.ua/78104/marketing/ekologichniy_marketing). (дата звернення 15.05.2022).
2. Леденко В. ТРЕНД НА ТУРБОТУ ПРО ЕКОЛОГІЇ: ХТО ВИКОРИСТОВУЄ ЦЕ В МАРКЕТИНГУ [Електронний ресурс] / Валерія Леденко. – 2018. – URL: <https://koloro.ua/ua/blog/brending-i-marketing/trend-na-zabotu-ob-ekologii.html>. (дата звернення 15.05.2022).
3. Поняття концепції екологічного маркетингу [Електронний ресурс] – URL: [https://pidru4niki.com/1112032553722/marketing/ponyattya\\_kontseptsiyi\\_ekologichnogo\\_marketingu](https://pidru4niki.com/1112032553722/marketing/ponyattya_kontseptsiyi_ekologichnogo_marketingu) (дата звернення 15.05.2022).
4. Садченко О.В. Концепції екологічного маркетингу. URL: [https://ev.nmu.org.ua/docs/2009/3/EV20093\\_071-079.pdf](https://ev.nmu.org.ua/docs/2009/3/EV20093_071-079.pdf) (дата звернення 15.05.2022).
5. Топ-25 кращих екопрограм компаній [Електронний ресурс] // Ділова столиця. – 2021. – URL: <https://www.dsnews.ua/ukr/reitingi/top-25-luchshih-ekoprogramm-kompaniy-22022021-416268> (дата звернення 15.05.2022).

**Karpaliuk Vladyslava**  
Ivan Franko National University of Lviv  
ECOLOGICAL MARKETING

The publication discusses the development of environmental marketing, its main trends and main ideas. Moreover, we analyzed the difference between green and conventional marketing. In addition, it is noted that environmental marketing increases the competitiveness of companies, which is an incentive to change the technical processes of production to minimize environmental pollution. Apart from that, we have identified the main eco-trends that are very easy to implement in companies.

**Олена Касприк**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*  
*olenkasprik379@gmail.com*

## **ВПЛИВ ТІНЬОВОЇ ЕКОНОМІКИ НА ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ: ПРИЧИНИ ТА ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ**

На довгостроковий розвиток економіки України, підвищення якості життя населення, перебіг інтеграційних процесів значно впливає збільшення обсягу тіньової економіки. Адже її деструктивні процеси призводять до: зменшення податкової частини бюджету, а це, в свою чергу, унеможливує в повній мірі виконувати функціональні зобов'язання державою, підтримуючи також фінансову безпеку; росту корупції в владних структурах; збільшення криміналізації та злочинності; зменшення конкурентоспроможності та погіршення інвестиційного клімату в країні; відпливу національного багатства за кордон, що суттєво зменшує рівень національної безпеки України.

Виокремлюють багато підходів до визначення поняття "тіньова економіка", але найвживанішим є тлумачення її як сфери прояву економічної активності, яка спрямована на отримання доходу від здійснення заборонених видів діяльності або на ухилення від державного контролю та сплати податків при здійсненні легальних видів економічної діяльності [1, с. 637].

Тіньову економіку поділяють на три головні складові [2, с. 57]:

- неофіційна економіка – легальні види економічної діяльності, в яких відсутнє фіксоване офіційною статистикою виробництво товарів і послуг, приховання цієї діяльності від податків;
- фіктивна економіка – хабарництво, приписки, спекулятивні угоди й інші види шахрайства, зв'язані з одержанням і передачею грошей;
- підпільна економіка – усі заборонені законом види економічної діяльності.

Тіньова економіка притаманна усім країнам незалежно від рівня розвитку. Однак ці країни поділяються на дві групи. В державах першої групи тіньова економіка не чинить суттєвого деструктивного впливу на економічний розвиток (перебуває на рівні 5-12% ВВП), а в державах другої групи, до якої зараховують Україну, – вона становить понад 30% ВВП та катастрофічно погіршує можливості економічного розвитку.

У січні - березні 2021 року за даними Міністерства економіки України рівень тіньової економіки склав 30% ВВП, на 1% менше у порівнянні з 2020 роком [3]. Такі зміни відбулись у зв'язку з підвищенням рівня цифровізації економіки, фінансових результатів та корегуванням діяльності вітчизняного бізнесу в умовах карантинних обмежень.

Головними чинниками тінізації національної економіки є [4, с.4]:

1. Неєфективне державне регулювання економіки.
2. Неєфективне адміністрування податків.
3. Проблеми ринку праці.
4. Недосконале грошово-кредитне регулювання.
5. Недосконалість бюджетної системи.
6. Недосконалість судової та правоохоронної системи.
7. Рівень загальної злочинності.

Експерти рейтингу економічної свободи (Economic Freedom Index 2021) визнали рівень захисту прав власності в Україні недостатньо ефективним, оцінивши його на рівні 48,5 балів (за 100 можливих) із незначним покращенням ситуації – на 1,0 балів порівняно з попереднім рейтингом [5]. Згідно з Міжнародним індексом прав власності (International Property Rights Index 2020), в Україні, незважаючи на відносно високий рівень захисту патентів (40 місце у світі), незадовільними є сприйняття захисту інтелектуальної власності (107 місце) та рівень піратства (89 місце). Експерти рейтингу «Індекс сприйняття корупції 2020» оцінили рівень корупції в Україні у 33 бали, що на 3 бали більше, ніж у рейтингу 2019 року (за шкалою від 0 до 100, де 0 означає найвищий рівень корупції відповідно до сприйняття респондентів, а 100 – найнижчий), що відповідає 117 місцю серед 180 країн, які увійшли до рейтингу (126 місце серед 180 країн у рейтингу 2019 року) [6]. Також перешкоджає детінізації національної економіки наявність територій, непідконтрольних уряду, утворених у ході російсько-української війни на нашій території, яка збільшує можливості для застосування схем контрабанди товарами та підтримує контролюючий вплив української держави.

Однак останні роки патріотичного піднесення та цифровізації економіки стимулюють населення та суб'єктів господарювання до розширення діяльності у легальному секторі господарювання.

Тому, на нашу думку, потрібно сконцентрувати свої зусилля на таких пріоритетних напрямках детінізації української економіки, а саме:

1. Підвищенні ефективності управління державними фінансами.
2. Удосконаленні та розвитку цифровізації господарського життя держави.
3. Стабілізації законодавчого регулювання системи оподаткування.
5. Формуванні сприятливого інноваційно-інвестиційного клімату для функціонування економіки.
6. Підвищенні антикорупційної ефективності заходів держави.
7. Зниженні бюрократії на всіх рівнях національної економіки.
7. Створенні умов для легалізації зайнятості на ринку праці.

Отже, тіньова економіка – це складне комплексне явище, існування якого в державі створює загрозу її економічному розвитку через вплив на спад виробництва, зниження рівня економічної активності населення та зниження фінансової безпеки та не відповідає вимогам національної безпеки України. Тому ефективна боротьба з нею є пріоритетною, особливо в час війни, та значною мірою залежить від ефективності взаємодії держави й усіх інших суб'єктів господарювання. Адже детінізація економіки України є необхідною умовою покращення інвестиційного клімату, зниження податкового та регулятивного тиску на підприємницьку діяльність, посилення захисту прав власності тощо. Комплекс системних заходів детінізації економіки України також дасть поштовх до забезпечення економічного розвитку, що відповідає вимогам національної безпеки України.

*Список використаних джерел:*

1. Економічна енциклопедія: у трьох томах. Т. 3 / Ред. кол. С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. Київ: Видавничий центр «Академія», 2002. 952 с.
2. Приступа Т.В., Чайковська М.А. Тіньова економіка та її вплив на соціально-економічний розвиток України / Т.В. Приступа // Приазовський економічний вісник. - 2019. - №1(12). - с.56-61.
3. Про тіньову економіку: загальні тенденції тіньової економіки України у січні - березні 2021 року [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.me.gov.ua>.

4. Про тіньову економіку в Україні: причини та шляхи подолання [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://icps.com.ua>.
5. Miller T., Kim A., Roberts J. Highlights of the 2021 Index of Economic Freedom, 2021 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.heri.org>.
6. Corruption Perceptions Index 2020: Global Score / Transparency International [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.transparency.org>.

**Olena Kaspryk**

*Ivan Franko National University of Lviv*

THE IMPACT OF THE SHADOW ECONOMY ON THE ECONOMIC DEVELOPMENT OF UKRAINE: CAUSES AND WAYS TO OVERCOME

In the theses the essence of the shadow economy and its main types are considered. The influence of the shadow economy on the economic life of society is investigated. The reasons that contribute to the development of the shadow economy in the modern world are revealed.

*Keywords:* shadow economy, level of shadowing, taxes, corruption, economic security.

Сергій Касян, Віола Хаустова

НТУ «Дніпровська політехніка»@

## СЕЗОННІ СКЛАДОВІ МАРКЕТИНГОВОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ТОВАРИ КОМПАНІЇ IDS UKRAINE

В умовах маркетингової бізнес-взаємодії найважливішим елементом доходів та рентабельності компанії – ціноутворення. Актуальність теми полягає в тому, що від обраної стратегії ціноутворення залежить багато факторів та критеріїв, проте головне – отримання прибутку, як основної цілі функціонування підприємства. Потрібно зазначити, що кожна компанія обирає сама, якій стратегії ціноутворення віддати найбільшу перевагу від того, щоб забезпечити собі те середовище, в якому буде працювати надалі. Адаже налаштування безпечного середовища виживання формулює фірмі достатній розвиток та отримання таких маркетингових показників ефективності, на які підприємство націлено. Складним питанням маркетингового ціноутворення на товари повсякденного попиту присвячено праці вітчизняних і закордонних фахівців у сфері маркетингу, таких як: Станіслав Борковські, Ф. Котлер, С.І. Дугіна, С. Й. Майовець, К.П. Пілова та ін.

Зараз доцільно охарактеризувати маркетингову діяльність підприємства IDS UKRAINE, надати характеристику ринку мінеральних вод України. Необхідним є аналіз маркетингового середовища компанії IDS UKRAINE, формулювання управлінської та маркетингової проблеми фірми IDS UKRAINE. При цьому маркетингологи надають характеристику товару «Vorjomi» у склі 0,5 л., визначають цілі ціноутворення, проводять аналіз попиту на товар «Vorjomi» у склі 0,5 л. В означеному контексті слухними можуть бути такі складові маркетингового аналізування, як: аналіз цін конкурентів, вибір методу ціноутворення, вибір цінової стратегії та встановлення остаточної ціни на товар «Vorjomi» у склі 0,5 л.

«IDS UKRAINE» – національний виробник та експерт з питань рівню якості природних мінеральних вод, які видобуваються у заповідних регіонах України і, у свою чергу, є еталом високої якості, що узгоджено з найвищими міжнародними стандартами. Слід зазначити, що компанія є ексклюзивним імпортером мінерального пиття «Vorjomi» з Грузії до України. Слід також зазначити, що асортименту компанії можна віднести товар таких торговельних марок, як: Моршинська AntiOXIWATER plus, Моршинська pine water plus, Моршинська з ароматом, Моршинська для дітей [1]. Можна зазначити, що ринок, на якому працює один із незалежних підрозділів міжнародної компанії, «IDS UKRAINE», це ринок мінеральних вод. В Україні сучасний ринок мінеральних вод має перспективи для значущого розвитку. Заздалегідь, місія фірми дуже чітка – задовольняти потребу в високоякісній мінеральній воді, яка існує в широкому секторі споживачів різного віку, які дбають за своє здоров'я [1].

На рисунку 1 представлено динаміку виробництва мінеральної води в Україні за місяцями 2019 року. Такі дані характеризують про наявність сезонності за всіма видами продукції упродовж року, котрий може пояснюватися тим, що відбувався вплив температурного фактору на зростання споживання упродовж літнього періоду часу.



Рис. 1. Динаміка виробництва мінеральної води в Україні за місяцями 2019 р. [2]

Також не слід забувати і про той факт, що фірма є лідером на ринку мінеральних вод. З цього приводу впливає, що організація використовує декілька цінових стратегій, проте ми виявляємо такі дві, що впливають найбільше на діяльність підприємства: стратегія цінового лідера та стратегія стабільних цін. 1. Стратегія цінового лідера передбачає, перш за все, конкурентну стратегію, яка характерна для ринку олігополії. Адаже лідер-виробник виступає тут ініціатором зміни ринкової ціни (це може бути як і підвищення, так і пониження), а інші наслідують її приклад. 2. Стратегія стабільних цін показує продаж товарів за незмінними цінами протягом певного проміжку часу [4].

Як слушно вважає Н. В. Бутенко: «Маркетингова цінова політика є певний комплекс заходів фірми, спрямовані на формування ціни, знижок, умов оплати за той чи інший товар, ціль якого забезпечити задоволення потреб споживачів і отримання прибутку» [3]. Потрібно зазначити, що сама роль і її значення, цінової політики, залежить від типу ринку. Насамперед, IDS UKRAINE є лідером на ринку мінеральних вод, що приводить до висновку: підприємство функціонує в умовах монополістичної конкуренції [3, 4]. При цьому маркетингова проблема діяльності компанії полягає в підвищенні обсягів продажу за допомогою зміни в ціні чи проведенні акцій або знижок на продукт.

Отже, урахування сезонних складових маркетингового ціноутворення на товари та інтеграція маркетингових комунікацій компанії IDS UKRAINE дозволяють поліпшити маркетингову діяльність, сформувати додаткові клієнтські потоки та покращити рівень задоволення споживачів.

Список використаних джерел:

1. IDS Ukraine. [Digital source]. Access, 06.05.2022: <https://www.linkedin.com/company/idsukraine/>
2. Аналіз ринку столової та мінеральної води в Україні. 2020 рік. Електронний ресурс. – URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-stolovoj-i-mineralnoj-vody-v-ukraine-v-2020-god> (дата звернення: 25.04.2022)
3. Бутенко Н. В. Маркетинг. Маркетингова цінова політика підприємства. Сутність маркетингової цінової політики. URL: [https://pidru4niki.com/1510082740049/marketing/marketingova\\_tsinova\\_politika\\_pidpriemstva](https://pidru4niki.com/1510082740049/marketing/marketingova_tsinova_politika_pidpriemstva) (дата звернення: 29.04.2022)

4. Касян Сергій, Борковські Станіслав, Артюхова Надія / Kasian Serhii, Borkowski Stanisław, Artyukhova Nadia. Маркетингове управління цінами і просуванням підприємств при їх виході на ринки ЄС. *Формування ринкової економіки в Україні*. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2020. Випуск №44. С.269–278. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://publications.lnu.edu.ua/collections/index.php/economics/article/view/3449/3764> ISSN 2078-5860. DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/meu.2020.44.0.3449>

**Serhii Kasian, Viola Khaustova**

*Dnipro University of Technology*

#### SEASONAL COMPONENTS OF MARKETING PRICING FOR IDS UKRAINE PRODUCTS

Now it is expedient to characterize the marketing activities of IDS UKRAINE, to provide a description of the mineral water market of Ukraine. IDS UKRAINE is a national producer and expert on the quality of natural mineral waters mined in protected areas of Ukraine. IDS UKRAINE is a leader in the mineral water market, which leads to the conclusion that the company operates in conditions of monopolistic competition. Taking into account the seasonal components of marketing pricing for goods and the integration of marketing communications of IDS UKRAINE can improve marketing activities, generate additional customer flows and improve customer satisfaction.

*Keywords:* marketing environment, pricing, company, mineral water, pricing strategies, marketing policy.

**Анна Киретів, Петро Поврозник**

*ЛНУ ім. Івана Франка*

*anna.kyretiv@gmail.com; povroznik.648@gmail.com*

## **ОРГАНІЧНЕ АГРОВИРОБНИЦТВО ЯК СКЛАДОВА ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Поява сучасних економічних, соціальних й екологічних пріоритетів, що спираються на нові потреби споживання визначають важливість розвитку органічного агровиробництва. На сьогоднішнє людство розглядає органічне агровиробництво переконливою альтернативою традиційному веденню сільського господарства в контексті підвищення якості природної родючості ґрунтів, вирощування екологічно чистих продуктів, що забезпечить здорове харчування та сприятиме захисту навколишнього середовища.

У спробі знайти відповідні раціональні ідеї розвитку органічного агровиробництва виступає інноваційне підприємство, як важливий генератор й розробник новітніх винаходів, технологій та методів екологічно чистого господарювання. Органічне інноваційне підприємство спрямоване на якісну зміну в сільськогосподарському виробництві та забезпеченні продовольчих потреб корисною продукцією.

Для задоволення постійно зростаючих потреб населення світу в продовольчих товарах використовуються три основних напрямки сільського господарства: традиційне, генетично модифіковане та органічне. Традиційне агровиробництво передбачає інтенсивне використання землі, що часто призводить до швидкого виснаження поживних речовин і родючості ґрунту, зниження урожайності. Це змушує фермерів використовувати добрива, різні хімічні засоби для боротьби зі шкідниками та інше, що негативно впливає на екологічну складову й здоров'я людина. Також традиційні методи ведення сільського господарства в повному обсязі не задовольняють суспільної потреби у продовольстві й забезпеченні його конкурентоспроможного розвитку.

Генетично модифіковане виробництво викликає критику суспільства через здебільшого негативний вплив на здоров'я споживача ГМО-продуктів. Хоча геномодифікована продукція більш стійка до хвороб та шкідників, проте за впливом на організм людини, явні конкурентні переваги належать продукції саме органічного виробництва.

Органічне сільське господарство постає як лояльний до природи, гуманний до людей і головне – вигідний, через свою ефективність, напрям інноваційного аграрного розвитку. Органічне (екологічне, біологічне) агровиробництво є формою господарювання, в рамках якого виробляється безпечна якісна продовольча продукція. Для підвищення врожайності проводиться забезпечення культурних рослин елементами мінерального живлення, впроваджуються сівозміни, використовуються органічні добрива та екологічні методи обробки ґрунтів.

За визначенням Міжнародної федерації органічного сільськогосподарського руху (IFOAM) «Органічне сільське господарство – виробнича система, що підтримує здоров'я ґрунтів, екосистем і людей. Воно залежить від екологічних процесів, біологічної різноманітності та природних циклів, характерних для місцевих умов, при цьому уникається використання шкідливих ресурсів, які викликають несприятливі наслідки [1].

Результатом органічного сільського господарства є органічний продукт. Органічні продукти – це такі продукти, при виробництві яких: у рослинництві заборонено використовувати отрутохімікати для боротьби з бур'янами, шкідниками й хворобами рослин, а також мінеральні добрива синтетичного походження, при цьому захист рослин здійснюється переважно препаратами натурального походження, а для живлення ґрунту й рослин використовуються органічні добрива; категорично заборонено використання генетично модифікованих організмів; у тваринництві не дозволяється застосовувати стимулятори росту, гормони й антибіотики, а для лікування тварин використовуються профілактичні засоби й гомеопатичні препарати.

Переваги органічного агровиробництва, як складової інноваційного підприємства, полягають у наступному: обсяги виробництва продукції збільшуються, а викиди вуглекислого газу в атмосферу знижуються; корисне для біосфери (бджіл, птахів, представників тваринного світу), підвищує її стійкість; підвищує якість і, відповідно, конкурентоспроможність продукції на ринку; позитивно впливає на соціально-економічний розвиток сільських територій; забезпечує вищі доходи виробників органічної продукції через те, що ціни на ці товари на 50-100% вищі за звичайні; стимулює продукування екологічно чистих органічних харчових продуктів, які мають високі смакові властивості та поживні якості; органічні продукти не містять алергенів, синтетичних ароматизаторів і консервантів, тому особливо корисні дітям і підліткам; продукти органічного агровиробництва позитивно впливають на здоров'я й організм людини, є чинником продовження тривалості її життя. [2, С.187]

Законом України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції» [3] запроваджено чітку та прозору систему реєстрації органів сертифікації, операторів ринку та органічного насіння, обґрунтовано механізм державного контролю за діяльністю суб'єктів ринку органічної продукції та визначено відповідальність за порушення законодавства у цій сфері. Разом з цим Законом регламентується процедура сертифікації органічного виробництва й обігу органічної продукції, а також встановлюються вимоги до органів сертифікації, визначаються їхні функції та повноваження.

Темпи виробництва й споживання органічних продуктів як у світі, так і в Україні інтенсивно зростають. Світові продажі органічних продуктів харчування у 2020 році порівняно з 2002 роком зросли більше ніж на 170% досягнувши 77 мільярдів доларів та 221,37 мільярда доларів у 2021 році при сукупному річному темпі зростання (CAGR) 9,7%. Темпи зростання сертифікованих органічних сільськогосподарських угідь залишаються відносно невеликими – менше ніж 2 відсотки загальної кількості сільськогосподарських угідь, що обробляються. У той час як на органічне виробництво припадає близько 1% загального виробництва харчових продуктів у всьому світі, ринок продажу органічних продуктів теж зростає. [4]

Україна станом на 2020 рік має 462 тис. га земель, зайнятих під органічним виробництвом, що дорівнює приблизно 1% від земель сільськогосподарського призначення країни.

Відповідно до досліджень Федерації органічного руху України [5], з початку 2000-х років в державі спостерігається стабільне щорічне зростання внутрішнього споживчого ринку органічних продуктів, попит на органічну продукцію на внутрішньому ринку великий. Її асортимент збільшується, а кількість точок продажу зростає. Україна в 2020 році займала друге місце з поставки в країни ЄС власної органічної сировини. Також за 2020 рік в Україні на 17 % зросла кількість операторів органічного виробництва, а на 33 % збільшилася кількість переробників органічної продукції та на 7 % зросла кількість виробників, які вже мають маркований органічний продукт в пропозиції для кінцевого споживача [5].

Сьогодні внутрішній споживчий ринок органічних продуктів в Україні продовжує розширюватись через основні мережі супермаркетів. Основними видами органічної продукції, яка виробляється в Україні є молоко та молочна продукція, круп'яні і зернові вироби, борошно, насіння, овочі, фрукти, яйця, соки, м'ясна продукція, прянощі та спеції, цукор, олія, макаронні вироби, мед та чай.

Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 10 липня 2019 року № 526-р схвалено «Стратегію розвитку сфери інноваційної діяльності до 2030 року» [6], яка дає нові можливості для розвитку інноваційних підприємств, зокрема органічного агровиробництва.

Результатом інноваційного підприємства органічного агровиробництва має стати збільшення обсягів виробництва органічної продукції через покращення технологій їх вирощування та формування нових знань, ідей щодо майбутнього розвитку органічного агровиробництва. Діджитал-технології, розвиток космічної галузі та штучного інтелекту сприятимуть високоточному органічному

агровиробництву й забезпечать високі результати віддачі. Проте це потребує підготовки висококваліфікованих кадрів у цьому напрямку.

Інноваційне підприємництво в сфері органічного сільського господарства постає важливим елементом економічного розвитку суспільства, адже сприяє вирішенню низки соціально-економічних питань. У органічному агровиробництві більше уваги приділяється здоров'ю навколишнього середовища. Завдяки своєму дружньому підходу до природи даний метод господарювання допомагає зменшити забруднення ґрунту, води, повітря, тому виступає як природний інструмент захисту навколишнього середовища та сталого розвитку.

*Список використаних джерел:*

1. Федерація органічного руху України. URL: <http://www.organic.com.ua>.
2. Майовець Я. М. Виробництво органічної продукції – стратегічний напрям розвитку інноваційного аграрного підприємництва. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. Випуск 20. С. 185-189.
3. Закон України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції» від 10 липня 2018 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua>.
4. Organic Food Global Market Report 2021: COVID-19 Growth and Change to 2030. URL: <http://surl.li/bwnnt>
5. Україна зайняла друге місце по поставці в ЄС своєї органічної сировини // AgroPolit.com. URL: <http://surl.li/bwnnu>
6. Стратегія розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/526-2019>

**Anna Kyretiv, Petro Povrozyk**

*Ivan Franko National University of Lviv*

**ORGANIC AGRICULTURAL PRODUCTION AS A COMPONENT OF AN INNOVATIVE ENTERPRISE**

Organic production is an agricultural activity that supports the health of soils, ecosystems and people. Organic production has great potential for improving the economic, social and environmental environment. The pace of production and consumption of organic products is growing rapidly both in the world and in Ukraine. The development of organic sector enterprises requires constant improvement of their management and production activities. This can be achieved by creating and disseminating knowledge among entrepreneurs and enterprises and by implementing innovations.

*Keywords:* organic production, innovative entrepreneurship, organic product.

Владислав-Микола Кирилюк

Львівський національний університет імені Івана Франка

VLADYSLAV-MYKOLA.KYRYLIUK@lnu.edu.ua

## ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ

На сучасному етапі розвитку економіки, який характеризується високою швидкістю змін, нестабільністю та невизначеністю, потрібно забезпечувати безперервний процес економічного розвитку, оскільки саме від нього залежать безпосередньо усі інші процеси і подальші перспективи функціонування держави, починаючи від зростання самої економіки, закінчуючи добробутом і можливостями людей. Економічний розвиток є однією з найважливіших суспільних проблем, до якої постійно прикута найпильніша увага економістів і політиків. Саме темпи економічного розвитку визначають авторитет держави на міжнародній арені та історичні перспективи. Через повномасштабну війну Росії проти України, проблема економічного розвитку є однією із найактуальніших та найгостріших. Вона прямо позначається на подальших перспективах економіки нашої держави.

Економічний розвиток – це процес, спрямований на покращення добробуту всіх груп населення, що характеризується збільшеною матеріальною забезпеченістю відповідно до поставлених цілей і завдань [1, с.100]. Поняття економічного розвитку є досить об'ємним і його можна аналізувати на основі багатьох факторів у тривалому періоді. Основними показниками, які відображають економічний розвиток країни, є: економічне зростання та галузева структура економіки; ВВП на одну особу; рівень та якість життя населення; показники ефективності функціонування економіки; виробництво основних видів продукції на одну особу [2, с.336].

Одним із чинників, що перешкоджає економічному розвитку, є корупція. Економічні наслідки цього явища полягають у щорічних втратах мільярдів гривень, що могли бути спрямовані на розвиток освіти, медицини та загалом соціального забезпечення населення. Попри створення Національного антикорупційного бюро, а також ще низки структур і систем, ситуація з корупцією в Україні далі залишається незадовільною [3, с.1]. Щоб посприяти покращенню ситуації, потрібно завершити судову реформу, яка повинна включати в себе повну зміну системи судочинства і повернення довіри громадян та підприємців до судової системи, оскільки існуюча побудована на суб'єктивних рішеннях окремих суддів, що залежать від багатьох факторів, в тому числі корупційних. Такі дії часто ведуть до відсутності справедливості як у господарських суперечках, так і у громадянських, що загалом створює систему недовіри до судів та відсутності захищеності як у бізнесу, так і у громадян. Наслідками цього є негативний вплив на інвестиційний та економічний клімат в країні.

Важливим залишається покращення галузевої структури України, оскільки вона є не тільки самостійним фактором впливу на економічне зростання, але і безпосередньо визначає характер економічного розвитку держави. Від того, які сектори переважають у структурі економіки регіонів, які джерела й фактори використовуються у виробництві безпосередньо залежить конкурентоспроможність національної економіки в сучасному світі [4, с.55]. В економіці України варто збільшувати частку технічно складних і наукомістких галузей економіки таких як: приладобудування чи електроніка, - де зайнята висококваліфікована робоча сила, оскільки ці сфери прямо впливають на науково-технічний прогрес і відповідно економічне зростання.

Як уже було згадано вище, війна, яку розв'язала Російською Федерацією проти України, створила багато перешкод на шляху стабільного економічного розвитку. Найгострішою проблемою під час та після війни завжди залишається проблема добробуту громадян. Тому у першу чергу після завершення бойових дій потрібно відновити ушкоджену критичну та цивільну інфраструктуру. Постачання тепла, води і світла забезпечать можливість функціонування населених пунктів на територіях, які найбільше постраждали внаслідок війни, а також, відновлення закладів охорони здоров'я, пожежної безпеки і освіти, забезпечать базові потреби людей. Відновлення чи побудова нових житлових масивів, забезпечить відновлення втрачених умов життя людей, проте варто зрозуміти, що на це потрібен певний час і тому потрібно шукати якісь альтернативні рішення у вигляді, наприклад, капсульних будинків. Відновлення ушкодженої транспортної інфраструктури дозволить справитись з проблемами логістики і з гуманітарною кризою, яка склалась внаслідок війни. Це першочергові кроки для відновлення економічного розвитку країни.

Україна під час післявоєнного відновлення повинна змінити концепцію - з сировинного приросту для передових країн світу на повний цикл виготовлення продукції, оскільки, у післявоєнний час для цього будуть створені відповідні можливості. Це створить підвалини для подальшого інтенсивного розвитку і збільшення загального виробництва в країні, як показує досвід таких країн, як Південна Корея чи Японія [5].

Як показувала довоєнна практика, Україна могла стати однією з провідних країн щодо залучення іноземних інвестицій завдяки великому внутрішньому ринку, достатньо кваліфікованій і водночас дешевій робочій силі, значному науково-технічному потенціалу і непоганій інфраструктурі [6, с.144]. Після завершення війни потрібно відновити і покращити ці сприятливі умови для залучення іноземних інвестицій і їх захисту. Проте на даний момент варто спростити умови ведення бізнесу, згорнути бюрократію та зменшити тиск на бізнес з боку органів нагляду, оскільки це не лише перешкоджає інвестиціям, а й унеможливає нормальне функціонування підприємств в умовах воєнного часу, що веде до збільшення безробіття і зменшення конкурентоспроможності економіки.

Крім бізнесу, в Україні є досить добре розвинута екосистема стартапів. У післявоєнний час складуться умови для започаткування нових стартапів через суттєве зменшення пропозиції товарів та послуг і велику кількість «вільних місць» на різних ринках. Уряд має сприяти їхньому створенню і розвитку, оскільки така діяльність підвищує науково-технічний прогрес і допомагає швидшому перезапуску економіки після спаду, який склався.

Найважливішим аспектом буде питання боротьби з корупцією. Від того, наскільки швидко і ефективно вдасться перемогти або, хоча б, зменшити до мінімуму корупцію в країні, завдяки реформам, згаданим вище, будуть прямо залежати можливості на впровадження всіх потрібних змін в економіці, відновлення пошкодженої інфраструктури і швидкість економічного зростання.

**Висновок.** Отже, на даний момент існує велика кількість «старих» і «нових» проблем, які перешкоджають економічному розвитку України. Після закінчення війни, наша держава буде мати всі умови для відновлення довоєнного економічного потенціалу і втіленням в життя усіх вищезгаданих пропозицій завдяки світовій підтримці і великій кількості іноземних інвестицій. Важливо лише правильно визначити стратегічні цілі і плани відновлення та раціонально розпорядитись наданими фінансовими ресурсами.

*Список використаних джерел:*

1. Червяков І. М. Економічний розвиток, економічне зростання і фактори, які стримують економічне зростання України. Інвестиції: практика та досвід. 2015. № 6. С. 99-102.
2. Панчишин С. М., Островерх П. І Аналітична економіка; макроекономіка і мікроекономіка: підручник : у 2 кн. / С. М. Панчишин, П. І. Островерх, І. В. Грабінська та ін. ; за ред. С. М. Панчишина, П. І. Островерха. — 3-тє вид., виправл. та доп. — Л.: Априорі, 2017. — Кн. 1: Вступ до аналітичної економіки. Макроекономіка. — 567 - с. 304-306
3. Дем'яненко, Б. Л. "Генезис інституту президентства в Україні: здобутки і поразки П. Порошенка." (2020).



4. Прокопюк А. Галузеві структурні зрушення як чинник економічного зростання регіону. Регіональна економіка. 2016. №3. С. 55-62
5. Вадим Новіков «Яка модель для відбудови економіки після війни потрібна Україні». URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/03/16/684116/> (дата звернення: 12.05.2022)
6. Шарий, Павло Андрійович. "Інвестиційна привабливість України." (2021).

**Kyryliuk Vladyslav-Mykola**

*Ivan Franko National University of Lviv*

**PROBLEMS OF UKRAINE'S ECONOMIC DEVELOPMENT AND PROSPECTS OF ITS POST-WAR RECONSTRUCTION**

*Summary:* This paper reveals the main problems that arose before and during the war and hinder the economic development of Ukraine. Also ways to solve these problems and recommendations for further development were given.

*Keywords:* economic development, economic growth, level and quality of life, reforms, corruption, competitiveness, startup, business, industry, full-scale war.

Марія Кирилюк

Львівський національний університет імені Івана Франка  
mariakuryliuk2000@gmail.com

## ВПЛИВ РОСІЙСЬКОЇ АГРЕСІЇ НА ПОЛІТИКУ БЮДЖЕТНИХ ЗАПОЗИЧЕНЬ В УКРАЇНІ

Збройна агресія Росії на сході України, яка розпочалась у далекому 2014 році, істотно вплинула на вітчизняну політику державних запозичень. До війни Україна була відкритою для зовнішньої торгівлі: виступала одним з найбільших експортерів агропродукції, великим гравцем на світовому ринку металургії та IT-послуг. Проте, 24 лютого 2022 року вітчизняна економіка майже зупинилась. Масштаб руйнувань в Україні, завданих агресором колосальний. Підприємства, які знаходяться в зоні бойових дій та приносили до бюджету понад половину ВВП держави на даний час або зруйновані або ж зупинили роботу та найближчим часом не зможуть сплачувати податки до бюджету. Уряд 15.03.2022 року для захисту української економіки від тотальної кризи вніс зміни до Податкового Кодексу та інших законодавчих актів України, які стосуються застосування єдиного податку, оподаткування підкацизних товарів, благодійної допомоги, сплати ПДВ, ПДФО, ЄСВ, екологічного, земельного податку, здійснення виплат з бюджету тощо[4]. В результаті, фінансові можливості країни швидко впали, в той час коли потреби зросли в рази. Саме тому, одним із головних джерел надходжень до бюджету є державні запозичення. В умовах війни держава гостро залежить як від зовнішнього фінансування так і від внутрішніх запозичень. Зокрема, за перші чотири місяці 2022 року держава отримала зовнішніх пільгових кредитів на суму, еквівалентну 123,2 млрд грн. Найбільше коштів отримано від МВФ – 41,3 млрд грн, від Єврокомісії – 19,5 млрд грн. Щодо внутрішніх запозичень, то вони були отримані державою через випуск військових облігацій. Ставки і терміни за ними фіксовані – 11% річних та рік обігу. Завдяки цьому інструменту, протягом березня-травня 2022 року до бюджету вдалося залучити 135,1 млрд грн, з яких 70 млрд грн військових облігацій придбав НБУ, фактично надрукуювавши ці гроші[2].

Загалом, протягом 2014-2022 рр. рівень боргового навантаження в Україні постійно змінювався.

Таблиця 1

Боргове навантаження в Україні протягом 2013-2021 рр.

Показники	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Державний та гарантований борг України, млн грн.	584,1	1 100,5	1 572,2	1 929,8	2 141,7	2 168,6	1 998,3	2 551,9	2 671,8
ВВП, млн грн.	1 454,9	1 566,7	1 979,5	2 383,2	2 982,9	3 558,7	3 974,6	4 194,1	5 459,6
Боргове навантаження, %	40,1	70,2	79,4	81,0	71,8	60,9	50,3	60,8	48,9

\*Джерело: складено автором на основі[3]

Згідно з ст. 18 Бюджетного кодексу, граничний обсяг державного боргу на кінець бюджетного періоду не може перевищувати 60% річного номінального обсягу ВВП України[1]. Проте, з початком економічної кризи 2014-2016 рр. та російського збройного наступу державний та гарантований борг України, його частка у загальному обсязі ВВП почали різко зростати. Зокрема, у 2014 році обсяг державного боргу збільшився майже вдвічі порівняно з попереднім періодом та становив 1 100,5 млрд. грн., а у 2016 році рівень боргового навантаження досяг свого максимуму за аналізовани роки-81%. У 2017-2021 рр. боргове навантаження мало тенденцію на зниження. Лише у 2020 році його рівень підвищився на 10,5%. Однією з основних причин такому зростанню стало поширення хвороби COVID-19.

Здавалося, що заборгованість держави уже досягла свого історичного максимуму, проте на кінець березня 2022 року обсяг державного та гарантованого боргу зріс на 160,2 млрд. грн. порівняно з 2021 роком та становив 2 832,0 млрд.грн. У зв'язку з впровадженням військового стану по всій території України та веденням запеклої боротьби за визволення та свободу окремих її регіонів, державний борг продовжуватиме зростати. На жаль, Україна ще довго залежатиме від фінансової допомоги міжнародних організацій та від внутрішніх запозичень. Навіть після закінчення активних бойових дій пройдуть роки до повного відновлення інфраструктури міст та сіл, яке потребуватиме значних грошових вкладень. Важливо також зазначити, що у 2022 році також прогнозують зниження обсягів ВВП на 30-50%, що негативно впливатиме на вітчизняне боргове навантаження[5]. Однак уряд України продовжує вчасно та в повному обсязі обслуговувати погашення державних боргів, оскільки для країни важливо підтримувати надійні та довірливі відносини з іноземними партнерами. Підтвердженням цьому є високі кредитні рейтинги України. Завдяки хорошій репутації держави окрім запозичень Україна отримує і грантове фінансування. Такі виплати іноземні уряди надають на безповоротній основі для підтримки бюджету в умовах війни. У разі негативного розвитку подій для зменшення податкового навантаження можливе також прохання уряду до її кредиторів щодо реструктуризації боргу або ж фінансування бюджету центральним банком України.

Отже, система управління державним боргом має бути зорієнтована на застосуванні результативної боргової політики, на раціональних,злагоджених діях держави щодо залучених фінансових ресурсів. В період повномасштабної збройної агресії в Україні, великих руйнувань та втрат кредитні ресурси зростають в арифметичній прогресії та як ніколи потребують ефективного менеджменту.

Список використаних джерел:

1. Бюджетний кодекс України № 2456-VI від 08.07.2010 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17#Text>
2. Комітет з питань бюджету інформує про поточний стан виконання державного бюджету. URL: <https://www.rada.gov.ua/news/razom/222533.html>
3. Офіційна сторінка Міністерства фінансів України. URL: <https://www.mof.gov.ua/>
4. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану: Закон України №2120-IX від 15.03.2022 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2120-20#Text>
5. Шмигаль допустив падіння ВВП у 2022 році до 50%. URL: [https://lb.ua/economics/2022/04/27/514944\\_shmigal\\_dopustiv\\_padinnya\\_vvp\\_2022.html](https://lb.ua/economics/2022/04/27/514944_shmigal_dopustiv_padinnya_vvp_2022.html)

Maria Kuryliuk

Ivan Franko National University of Lviv

### THE IMPACT OF RUSSIAN AGGRESSION ON UKRAINE'S BUDGET BORROWING POLICY

*Annotation.* The article analyses the dynamic of the state debt of Ukraine since the beginning of Russian armed aggression. The influence of a full-scale enemy offensive on the national policy of state borrowing is also determined. The primary sources of credit resources received by Ukraine for financing the state budget in 2022 are described. Based on the analysis and the current situation in Ukraine, the level of dependency Ukrainian economy from external and internal borrowings was determined in the future.

*Keywords:* state debt, Russian armed aggression, level of debt burden, financial assistance.

Назар Демчишак<sup>1</sup>, Анатолій Клек<sup>2</sup>, Василь Гриб<sup>3</sup>

Львівський національний університет імені Івана Франка,

<sup>1</sup>e-mail: nazar\_dem@ukr.net, <sup>2</sup>e-mail: klek.tolik@gmail.com, <sup>3</sup>e-mail: lv22@ukr.net

## РОЛЬ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ФІНАНСОВОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ

В умовах загарбницької війни РФ в Україні системні ризики для фінансової стабільності залишаються високими, проте вже на третій місяць воєнного стану можна стверджувати, що фінансовий сектор поступово адаптується до роботи в нових реаліях, що стало можливим завдяки ефективній імплементації цифрових технологій, зокрема, упродовж останніх двох років.

Відзначимо, що Національний банк України оприлюднив звіт про діяльність фінансового сектору за підсумками I кварталу 2022 року. У січні–березні 2022 року банки продемонстрували від'ємний фінансовий результат 0,16 млрд грн через отриманий у березні чистий збиток у розмірі 10,07 млрд грн. в той час як в січні–лютому чистий прибуток банківського сектору становив 9,91 млрд грн. Темпи інфляції в березні зросли до 13,7% проти 10% за результатами січня, але НБУ, враховуючи попередні помилки, залишив облікову ставку на рівні 10% [4].

Проте найголовнішим результатом I кварталу поточного року можна вважати те, що фінансова система України в сучасних умовах війни є інституційно спроможною, забезпечує грошовий обіг та не допустила паніку на фінансових ринках, як це сталося у 2014 році. Це, на наш погляд, є вагомим успіхом державного регулювання. Причинами цього безпосередньо стали успішне проведення заходів оперативного реагування Національним банком України на нові виклики, що постали перед фінансовою системою з перших днів збройної агресії РФ проти України, а також діджиталізація та широке використання сучасних інформаційних технологій.

Так вже 8 березня 2022 року в Україні вийшла постанова №42 "Про використання банками хмарних технологій в умовах воєнного стану", таким чином Національний банк України врегулював питання щодо використання банками України хмарних послуг у своїй діяльності. Банки отримали можливість надавати банківські послуги, а також здійснювати процесинг за операціями із застосуванням електронних платіжних засобів, зокрема платіжних карток, використовуючи хмарні сервіси, що надаються з використанням обладнання, розміщеного на території держав Європейського Союзу, Великої Британії, США та Канади. Завдяки цьому банки, у разі руйнування фізичної інфраструктури, матимуть можливість швидко відновити штатне функціонування та зберегти усю необхідну інформацію [3].

Водночас саме під час війни громадяни України дедалі частіше користуються безготівковими розрахунками. Ще у довоєнні часи НБУ оголосив курс на розвиток так званої "cashless economy" ("безготівкової економіки"), що суттєво допомогло стабілізувати фінансовий сектор та не допустити паніки на фінансових ринках. У 2020 році були ухвалені законодавчі зміни, які зробили можливою дистанційну ідентифікацію та верифікацію клієнтів, зокрема з використанням системи BankID НБУ, що дозволяє приймати автентифікувати громадян в мобільному застосунку Дія, зокрема для надання виплат грошової допомоги в межах програми «Підтримка», а банкам - надавати послуги з віддаленого відкриття рахунків для громадян, які не мають можливості відвідати відділення банку.

Зі свого боку банки підтримують роботу власних сервісів мобільного та інтернет-банкінгу, що має критично важливе значення для проведення розрахунків, зокрема на тимчасово окупованих територіях. За даними ПриватБанку, у березні 2022 кількість оплат на один POS-термінал зростає на 7,8% у порівнянні з довоєнним періодом, хоча сама сума оплати майже не змінилася і становить 32,5 млрд грн. Окрім цього від початку війни підприємці стали активніше підключати сервіс "Термінал", який дозволяє приймати безготівкову оплату картками зі смартфона без фізичного POS-терміналу. За даними того ж ПриватБанку станом на кінець квітня 2022 року даним сервісом користуються понад 3 тисячі підприємців, а загальний обсяг оплат за допомогою терміналів у смартфоні сягнув 24 млн грн [4]. Щоб усі ці розрахунки відбувалися, банки мають ефективно взаємодіяти між собою. Це відбувається через систему електронних платежів (СЕП). Щоб посилити цю систему під час війни і щоб вона працювала, як у мирний час, цілодобово і без вихідних, НБУ завчасно розгорнув резервні потужності. Завдяки цьому час проходження платежу від банка-відправника до банка-отримувача через СЕП в файловому режимі в середньому складає не більше 20 хвилин, а в режимі реального часу – миттєво. Тобто, розраховуватися картою українського банку можна на всій території України, де не точаться бойові дії та є зв'язок, а також за кордоном.

Зауважимо і те, що попри ряд переваг, розвиток цифрових технологій та високий рівень їх проникнення в основні галузі економіки робить останні вразливими до кібератак. Так вже 15 лютого відбулись масованні кібератаки проти державних структур України та бізнесу, зокрема, за даними Держспецзв'язку у період з середини лютого до початку березня українські організації зазнали близько 2800 кібератак, а історичний рекорд за добу для України склав 271 DDoS-атак. Були атаковані сайти Міністерства оборони України, НБУ, ПриватБанку, Ощадбанку, Монобанку, портал «Дія» тощо. Для запобігання впливу DDoS-атак банки та інші фінансові установи використовують програмне забезпечення, що надає багаторівневий захист від спрямованого шкідливого трафіку, а також цілий комплекс рішень для кіберзахисту: захист корпоративної мережі, системи захисту даних для аналізу поведінки користувачів, захист корпоративної пошти, захист вебдодатків тощо. Втім вирішення проблеми мінімізації кібератак та загалом впливу кіберризиків через розширення використання цифрових технологій є одним із пріоритетів на найближчу перспективу [1].

Відтак, на наше переконання, саме успіхи України в імплементації цифрових технологій у сфері фінансів і банківництва дали змогу стабілізувати ситуацію у критичний період військових дій. Водночас, будь-які заходи "не врятували" би банківську систему і фінансовий сектор без довіри українців до держави, армії і вітчизняних банків. Назагал це є підставою стверджувати, що подальші процеси цифровізації сприятимуть інтеграції України у ЄС, що інтенсифікувалась, за умови оптимізації системи управління потенційними ризиками і кібер-загрозами.

*Список використаних джерел:*

1. Війна в Україні: цифрові та кібер аспекти. URL: <https://dig.watch/trends/ukraine-conflict-digital-and-cyber-aspects>
2. Огляд банківського сектору України, травень 2022: Національний банк України. URL: [https://bank.gov.ua/admin\\_uploads/article/Banking\\_Sector\\_Review\\_2022-05.pdf?v=4](https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Banking_Sector_Review_2022-05.pdf?v=4)
3. Про використання банками хмарних послуг в умовах воєнного стану в Україні: Постанова Правління Національного банку України від 08.03.2022 р. №42. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0042500-22#Text>
4. Стан фінансового сектору України та заходи НБУ з підтримки його безперебійного функціонування в умовах воєнного стану. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/stan-finansovogo-sektoru-ukrayini-ta-zahodi-nbu-z-pidtrimki-yogo-bezperebiyogo-funktsionuvannya-v-umovah-voennogo-stanu>

**Nazar Demchyshak<sup>1</sup>, Anatolii Klek<sup>2</sup>, Vasyl Hryb<sup>3</sup>**

*Ivan Franko National University of Lviv*

<sup>1</sup>*e-mail: nazar\_dem@ukr.net*, <sup>2</sup>*e-mail: klek.tolik@gmail.com*, <sup>3</sup>*e-mail: lv22@ukr.net*

THE ROLE OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN ENSURING THE FUNCTIONING OF THE FINANCIAL SECTOR OF UKRAINE  
DURING THE WAR

*Annotation.* Digital technology plays an important, if not decisive, role in the Russia-Ukraine war. Cyberattacks increase as the conflict escalates, hence protecting of critical infrastructure from their impact became one of the key tasks for the country during Russia-Ukraine war, especially when it comes to financial industry. In the third month of the war, we can say that the financial industry was managed to get through this period and gradually adapt to the new reality. The preconditions for this were the development of the cashless economy, the digitalization and widespread use of distance financial services. The use of such innovations as cloud technologies, BankID system in addition to the digitalization of the government services and development of Fintech solutions in the previous years helped to keep the situation under control.

*Keywords:* finance, financial sector, cloud technologies, software as a service, bankID, cybersecurity.

**Наталія Клим**

Львівський національний університет імені Івана Франка  
 klymnatalia38@gmail.com

## ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ ПІДПРИЄМСТВА

У контексті економічного розвитку підприємств та підвищення ефективності прийнятих управлінських рішень актуалізується питання дослідження управління грошовими потоками підприємства, що спрямоване на забезпечення його сталого зростання та постійної фінансової рівноваги, оцінювання ефективності задля оптимізації руху грошових коштів.

Мета дослідження - оцінка ефективності управління грошовими потоками підприємства на прикладі ТОВ «Нестле Україна», а також обґрунтування пропозицій щодо оптимізації їх структури й удосконалення процесу управління ними.

Проблемам управління грошовими потоками та оцінюванню ефективності прийнятих рішень присвячено значну кількість наукових праць таких вчених, як: Г. Роганова, І. С. Литвин, К. В. Левченко, Н. Барабаш, І. Галечко, О. Загородна, Р. Задерезька, О. Золотарьова, І. Копія, Т. Косова, О. В. Майборода, О. М. Майборода, В. Нагайчук, Н. Никонович та інших.

Для будь-якого суб'єкта господарювання визначальну роль у поліпшенні фінансового результату його діяльності відіграє ефективне управління грошовими потоками, тобто розподіленими у часі, за видом діяльності та напрямком руху грошовими коштами. При цьому аналіз грошових потоків може здійснюватися як на основі звітних, так і планових показників, але в будь-якому випадку аналітична діяльність повинна бути комплексною і оперативною, що підвищує рівень обґрунтованості управлінських рішень в сфері регулювання руху грошових коштів, а від так – ефективність функціонування підприємства в цілому [1].

Слід зазначити, що першим етапом дослідження грошових потоків підприємства є збір та обробка даних [3, с. 35]. В процесі дослідження аналіз грошових потоків проведено на основі фінансової звітності ТОВ «Нестле Україна». Аналіз передбачає вивчення динаміки обсягів формування додатного, від'ємного і чистого грошових потоків підприємства, виявлення тенденції зміни їх величин (табл.1).

Таблиця 1

### Динаміка та структура позитивних та негативних грошових потоків ТОВ «Нестле Україна» у 2018-2020 роках (тис. грн)

Показники	Роки			Частка, %		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Валовий вхідний грошовий потік, у т. ч.:	11 667 839	12 680 307	13 169 055	100,00	100	100
- від операційної діяльності;	11 449 390	12 569 135	13 065 115	98,13	99,12	99,21
- від інвестиційної діяльності	218 449	111 172	103 940	1,87	0,88	0,79
- від фінансової діяльності	0	0	0	0,00	0,00	0,00
Валовий вихідний грошовий потік, у т. ч.:	-11 869 458	-13 094 334	-13 674 996	100	100	100
- від операційної діяльності;	-11 522 786	-12 691 633	-13 273 672	97,08	96,92	97,07
- від інвестиційної діяльності;	-272 730	-231 032	-198 815	2,30	1,76	1,45
- від фінансової діяльності	-73 942	-171 669	-202 509	0,62	1,31	1,48

Як свідчать дані таблиці 1, в цілому на ТОВ «Нестле Україна» у 2020 р. валовий вхідний грошовий потік збільшився, в порівнянні з 2019 роком, на 488 748 тис. грн більше. Водночас збільшилась величина валового вихідного потоку, що негативно вплинуло на кінцевий результат діяльності підприємства. При цьому, за період 2018-2020 років простежується поступове збільшення обсягу вхідного грошового потоку від операційної діяльності за рахунок повернення невикористаних коштів, виданих під звіт, повернення заробітної плати та, звичайно, стабільно високих надходжень від реалізації продукції. При цьому з 2018 року спостерігається зменшення і витрачання, і надходження від інвестиційної діяльності, що пов'язано із зменшенням інвестування тимчасово вільних грошових коштів. У результаті проведення горизонтального аналізу можна зазначити, що основну частку від загального надходження грошових коштів протягом останніх років займають надходження від операційної діяльності. Це свідчить, що ТОВ «Нестле Україна» з 2018 року стає менш залежним від зовнішніх джерел фінансування, водночас, більш ефективно розпоряджається своїми тимчасово вільними коштами, інвестуючи в капітал.

Чистий грошовий потік є одним із найважливіших результатів фінансової діяльності підприємства, який визначає фінансову рівновагу та темпи зростання його ринкової вартості, характеризує відмінність між позитивними та негативними грошовими потоками в досліджуваному періоді часу та в розрізі окремих часових інтервалів. Чистий грошовий потік становить 93 529 тис. грн у 2018 році, 142 067 тис. грн у 2019 та -142 438 тис. грн у 2020 році. Аналіз даних показав нестійкість тенденції в динаміці чистого руху грошових коштів підприємства. Підприємство намагалось забезпечити позитивну тенденцію чистого руху коштів від операційної діяльності протягом аналізованого періоду, однак у 2020 році він суттєво зменшився і досягнув від'ємної величини - 142 438 тис. грн. Основною причиною такої зміни є глобальна проблема поширення COVID-19 і запровадження карантину на всій території України та в більшості країн світу. Це мало негативний вплив на господарську діяльність підприємства, адже більшість підприємств групи «Нестле Україна» були вимушені зменшити масштаби виробництва для безпеки працівників. Чистий рух грошових коштів від інвестиційної діяльності залишався від'ємним протягом всього періоду 2018-2020 років, а фінансова діяльність характеризувалась наявністю лише вихідних потоків.

Таблиця 2

### Показники збалансованості руху та ефективності грошових потоків ТОВ «Нестле Україна» у 2018-2020 роках

Показники	Роки			Відхилення, +/-			Відхилення, %		
	2018	2019	2020	2019/2018	2020/2019	2020/2018	2019/2018	2020/2019	2020/2018
Коефіцієнт ефективності грошового потоку	0,01	0,01	-0,01	0,003	-0,02	-0,02	37,69	-196,00	-232,19
Коефіцієнт ліквідності грошового потоку	0,98	0,96	0,97	-0,02	0,01	-0,01	-2,23	1,27	-0,99
Коефіцієнт достатності чистого грошового потоку	0,01	0,02	-0,02	0,01	-0,05	-0,04	53,74	-216,13	-278,54
Коефіцієнт «якості» чистого грошового потоку	4,17	4,24	-2,10	0,07	-6,33	-6,27	1,57	-149,46	-150,24

Значення коефіцієнту ефективності грошового потоку вказує на те, що у 2019 році 1 гривня грошових виплат забезпечує 0,01 грн чистого грошового потоку, як і в 2018 році. Вже у 2020 році значення показника дуже низьке і потребує коригування. Протягом 2018-2020 років не спостерігається значних змін значення коефіцієнту ліквідності грошового потоку. Позитивний грошовий потік майже повністю покриває відтік грошових коштів, але при цьому немає можливості нарощувати залишок грошових активів.

Позитивним є тенденція до збільшення значення коефіцієнта достатності чистого грошового потоку у 2019 році, що свідчить про покращення збалансованості грошового потоку. Попри це, негативні результати господарської діяльності у 2020 році вплинули і на значення цього показника. Величини чистого грошового потоку на даному етапі недостатньо для погашення боргів. Значення коефіцієнта «якості» чистого грошового потоку також зменшилося у півтора рази 2020 році, порівняно з 2019 роком, що свідчить про погіршення його стану через відсутність чистого прибутку в формуванні грошового потоку.

Таким чином, виходячи з вищенаведених розрахунків, можна визначити заходи щодо поліпшення управління потоками грошових коштів для ТОВ «Нестле Україна»:

- Позбутися надлишку виробничих запасів за рахунок раціонального вкладання та використання оборотних активів [2, с.55]. Цього можна досягти шляхом формування достатнього обсягу виробничих запасів підприємства відповідно до потреб його господарської діяльності.

- Визначити оптимальну потребу грошових коштів на майбутній період, з'ясувати джерела їх формування.
- Досягти збалансованості дефіцитного грошового потоку в короткостроковому періоді шляхом використання "Системи прискорення/уповільнення платіжного обороту", суть якої полягає в розробці на підприємстві організаційних заходів щодо прискорення залучення грошових коштів і уповільнення їх виплат.

- Стимулювати приплив грошових коштів за рахунок зовнішніх джерел фінансування.

*Список використаних джерел:*

1. Левченко К. В. Рух грошових коштів підприємства / К. В. Левченко, І. Є. Андрущенко // Ефективна економіка – 2017 - №10 // [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5820>
2. Литвин І. С., Іващенко А. І. Шляхи удосконалення системи управління грошовими потоками. Інвестиції: практика та досвід. 2017. № 2. С. 51–56
3. Роганова Г. Впровадження статистичних показників до методики аналізу ефективності грошових потоків підприємств. Вісник Київського національного університету ім. Т. Г. Шевченка. Економіка. 2019. Вип. 1 (202). С. 34–42

**Natalia Klym**

*Ivan Franko National University of Lviv*

*klymnatalia38@gmail.com*

**ESTIMATION OF EFFICIENCY OF MANAGEMENT OF CASH FLOWS OF THE ENTERPRISE**

An assessment of the effectiveness of cash flow management. The dynamics of indicators of balance of movement and efficiency of cash flows in 2018-2020 are analyzed. Measures to improve the management of cash flows of the enterprise are substantiated

*Keywords:* cash flow, cash flow management, incoming cash flow, outgoing cash flow, structure of cash flow

Юлія Ковальчук

Львівський національний університет імені Івана Франка

## НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ТРУДОВИХ ВІДНОСИН В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Розрахунки з працівники на підприємстві є багатограними та динамічними у своєму розвитку з огляду на трансформаційні зміни як національної економіки загалом, так і відносин з трудовими ресурсами на підприємстві, зокрема. Важливим аспектом діяльності є формування, опрацювання та аналіз достовірної, актуальної, правильної, повної та зрозумілої інформації про розрахункові операції підприємства з його працівниками та особливостями розрахунків з державою з огляду на виникнення податкових зобов'язань, де об'єктом виступають оплата праці та інші виплати найманим працівникам. Теоретичні, методичні і прикладні аспекти операцій з трудовими ресурсами на підприємстві досліджували: А.Батура, Д.Богиня, Ф.Ф. Бутинець, Н. Дорош Н, В. Жук, А. Загородній, В.Карпенко, М.Кім, Т.Кір'ян, Г.Куліков, В.Лагутш, Л.Лисогір, С. Мочерний, В.Нижник, В.Новиков, П. Саблук, С.Тютюнникова, Ю Цал-Цалко, М.Шаповал, В. Швець, Л.Шевченко, В. Шевчук та інші. Незважаючи на це, на сьогоднішній день система організації трудових відносин та розрахунків з працівникам зазнала суттєвих змін, що спричинені введенням в країні воєнного стану відповідно до Закону України «Про затвердження Указу Президента Про введення воєнного стану в Україні» № 2102-ІХ від 24.02.2022р [1]. Більшість суб'єктів господарювання зіткнулися зі суттєвими кадровими проблемами, адже частина працівників мобілізована на військову службу до Збройних сил України, а частина тих працівників, що працювали на тимчасово окупованих територіях або місцях, де ведуться активні бойові дії не мають змогу виконувати свої трудові обов'язки, що, насамперед, пов'язано з ризиком для їх життя та здоров'я.

У Законі України «Про правовий режим воєнного стану» 12 травня 2015 року № 389-VIII (далі - Закон № 389) [2] воєнний стан - це особливий правовий режим, що вводиться в Україні або в окремих її місцевостях у разі збройної агресії чи загрози нападу, небезпеки державній незалежності України, її територіальній цілісності та передбачає надання відповідним органам державної влади, військовому командуванню, військовим адміністраціям та органам місцевого самоврядування повноважень, необхідних для відвернення загрози, відсічі збройної агресії та забезпечення національної безпеки, усунення загрози небезпеки державній незалежності України, її територіальній цілісності, а також тимчасове, зумовлене загрозою, обмеження конституційних прав і свобод людини і громадянина та прав і законних інтересів юридичних осіб із зазначенням строку дії цих обмежень. Стаття 8 Закону № 389 передбачає право військової адміністрації можуть залучати працездатних осіб на виконання робіт, що мають оборонний характер, а також ліквідації наслідків надзвичайних ситуацій, які виникли в період дії воєнного стану, а також використовувати потужності та трудові ресурси підприємств, установ і організацій усіх форм власності для потреб оборони, змінювати режим їхньої роботи, проводити інші зміни виробничої діяльності, а також умов праці відповідно до законодавства про працю [1].

Отже, у зв'язку з тим, що трудові відносини з працівниками на підприємстві зазнають суттєвих змін було прийнято низку нормативних актів, які дозволяють врегулювати проблемні аспекти та систематизувати підґрунтя кадрової роботи на підприємстві та обліку оплати праці:

1. Закон України Про організацію трудових відносин в умовах воєнного стану від 15 березня 2022 року № 2136-ІХ (далі закон № 2136) [2]

2. Постанова Кабінету міністрів України від 13 липня 2011 р. № 753 «Про затвердження Порядку залучення працездатних осіб до суспільно корисних робіт в умовах воєнного стану» [3]

Отже, саме Закон № 2136 є новим і прийнятим під час воєнного стану, що свідчить про те, що він максимально враховує реалії сьогодення. Аналізуючи його положення, можна виокремити те, що з'явилися певні переваги для роботодавців щодо організації трудових відносин [2]:

- відтермінування виплати заробітної плати до моменту відновлення діяльності підприємства у разі неможливості своєчасної її виплати внаслідок ведення бойових дій або інших обставин непереборної сили;

- зміна істотних умов праці без попереднього повідомлення про це працівників не пізніше ніж за два місяці;

- звільнення працівника з ініціативи роботодавця у період його (працівника) тимчасової непрацездатності та відпустки;

- перевід працівника без його згоди на іншу роботу, не обумовлену трудовим договором, в тому числі у іншу місцевість (крім місцевості, на території якої тривають активні бойові дії);

- можливість збільшення нормальної тривалості робочого часу до 60 годин на тиждень (було 40 годин);

- відсутність будь-яких обмежень щодо надурочних робіт, заборона залучення до робіт у вихідні, святкові та неробочі дні, а також скорочена тривалість робочого дня напередодні святкових та неробочих днів та у нічний час;

- звільнення від відповідальності за порушення зобов'язання щодо строків оплати праці, якщо доведе, що це порушення сталося внаслідок ведення бойових дій або дії інших обставин непереборної сили. У разі неможливості своєчасної виплати заробітної плати внаслідок ведення бойових дій, строк виплати заробітної плати може бути відтермінований до моменту відновлення діяльності підприємства;

- обмеження щорічної основної оплачуваної відпустки до 24 календарних днів і право відмовити працівнику у наданні будь-якого виду відпусток (крім відпустки у зв'язку вагітністю та пологами та відпустки для догляду за дитиною до досягнення нею трирічного віку), якщо такий працівник залучений до виконання робіт на об'єктах критичної інфраструктури;

- надання відпустки за власний рахунок працівника (за його заявою) без обмеження строку (тобто більше 15 календарних днів на рік).

Незважаючи на таку кількість переваг, роботодавець зобов'язаний дотримуватися норм законодавства щодо мобілізованих працівників, які залучаються до виконання обов'язків, передбачених Законами України «Про військовий обов'язок і військову службу» та «Про мобілізаційну підготовку та мобілізацію» в контексті гарантій та пільг. Відповідно до статті 119 Кодексу законів про працю України [4] за працівниками, призваними на строкову військову службу, військову службу за призовом осіб офіцерського складу, військову службу за призовом під час мобілізації, на особливий період, військову службу за призовом осіб із числа резервістів в особливий період або прийнятими на військову службу за контрактом, у тому числі шляхом укладення нового контракту на проходження військової служби, під час дії особливого періоду на строк до його закінчення або до дня фактичного звільнення зберігаються місце роботи, посада і середній заробіток роботодавцями у яких вони працювали на час призову. У разі надходження повідомлення про призив працівника до лав ЗСУ видається наказ про збереження за таким працівником місця роботи, посади та середнього заробітку на весь період служби.

В Постанові № 753 наводиться термін для використання праці фізичних осіб – трудова повинність - короткостроковий трудовий обов'язок на період мобілізації і воєнного часу з метою виконання робіт, що мають оборонний характер, а також ліквідації надзвичайних ситуацій техногенного, природного та воєнного характеру, які виникли в період воєнного стану, та їх наслідків, що не потребує обов'язкової згоди особи, стосовно якої запроваджується такий трудовий обов'язок [3]. За працівниками, залученими до виконання суспільно корисних робіт (трудова повинність) також на час виконання таких робіт зберігається попереднє місце роботи (посада) і право на оплату праці в розмірі, не меншому за мінімальний.

*Список використаних джерел:*

1. Про правовий режим воєнного стану: Закон України від 12 травня 2015 року № 389-VIII URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/389-19#Text>
2. Про організацію трудових відносин в умовах воєнного стану: Закон України від 15 березня 2022 року № 2136-IX URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2136-20#Text>
3. Про затвердження Порядку залучення працездатних осіб до суспільно корисних робіт в умовах воєнного стану: Постанова Кабінету міністрів України від 13 липня 2011 р. № 753 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/753-2011-%D0%BF#n9>
4. Кодекс Законів про працю України: Закон УРСР від 10.12.71 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08#Text>

**Yulia Kovalchuk**

*Ivan Franko National University of Lviv*

#### REGULATORY REGULATION OF THE ORGANIZATION OF LABOR RELATIONS IN MARTIAL LAW

In theses the issues of legislative regulation of labor relations during martial law are considered. The rights and obligations of the employer and the employee in view of the conditions of martial law are revealed.

*Keywords:* state regulation, martial law, labor relations, mobilization, conscription



Софія Козанчин

Львівський національний університет імені Івана Франка  
sofia0967357385@gmail.com

## РОЗВИТОК КІБЕРБЕЗПЕКИ ФІНАНСОВО-БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ УКРАЇНИ

Автоматизація та діджиталізація процесів призвела до зростання рівня кібершахрайств, особливо у фінансовій сфері. Це пов'язано, найперше, із збільшенням доступності користувачам програмних та технічних інструментів для здійснення кіберзлочинів та кібершахрайств, а також зростання рівня інформаційної грамотності населення.

Кібербезпека – це стан захищеності життєво важливих інтересів людини, суспільства та держави під час використання кіберпростору, за якої забезпечуються сталий розвиток інформаційного суспільства та цифрового комунікативного середовища, своєчасне виявлення, запобігання і нейтралізація реальних і потенційних загроз національній безпеці країни. Кіберзагрози – наявні та потенційно можливі чинники, що спричиняють або можуть спричинити ризик порушення конфіденційності, цілісності, доступності інформаційних ресурсів.

В Україні, ураховуючи недостатньо розвинуту систему кіберзахисту та низьку порівняно з країнами ЄС кіберграмотність населення, можна робити прогноз про існування можливості здійснення кібератак на понад 40% суб'єктів ринку фінансових послуг [1].

Кількість кіберінцидентів у фінансовому секторі постійно збільшується, а їх наслідки призводять до значних фінансових втрат, витоку важливої інформації, погіршення репутації фінансових установ, втрати довіри населення. Майже 80% фінансових установ впроваджують цифрові технології швидше, ніж забезпечують їх кіберзахист [2].

В Україні у 2017 році створено Центр кіберзахисту Національного банку України, який поєднує та координує зусилля у сфері забезпечення кібербезпеки та кіберзахисту в банківському та фінансовому секторах України. У серпні 2019 року Центр кіберзахисту Національного банку України та Державний центр кіберзахисту Державної служби спеціального зв'язку та захисту інформації України підписали Меморандум про взаємодію та співробітництво в сфері кібербезпеки та кіберзахисту, спрямовану на попередження, виявлення, ефективне реагування та протидію актуальним кіберзагрозам, підвищення рівня інформаційної безпеки та ситуаційної обізнаності у сфері кібербезпеки та кіберзахисту.

В сучасних умовах органи безпеки все більше зосереджують свою увагу на здатності фінансових соціально-економічних об'єктів (банків, фінансових установ, фірм, організацій, підприємств) об'єктивно оцінювати свою схильність до кібернетичного ризику. Наприклад, виклики, з якими стикаються банки з точки зору узгодженості своєї системи внутрішнього контролю, мають велике значення, особливо з урахуванням зростаючої уваги на внутрішній кіберконтроль між різними підрозділами. Правила звітування про порушення, відповідно до Загального регламенту захисту даних, додають додатковий стимул для банків для посилення їх здатності швидко виявляти кібератаки та порушення даних. Вчасна та зрозуміла управлінська інформація щодо порушень може прискорити пошук вирішення проблеми та завчасно випередити кіберзагрозу [3].

В Україні фіксується близько 60 тисяч кібератак на тиждень. Їх спрямованість, найперше, проти державного сектору. Мета таких атак – послаблення репутації держави, а не отримання конфіденційної інформації. Найчастіше їхніми діями є розміщення на державних ресурсах неправдивої інформації задля провокування інформаційного скандалу.

Україна витрачає значну суму коштів на захист від кіберзагроз. Кіберполіція витратила значну суму на закупівлю програмного забезпечення для захисту. У Євросоюзі та США є кібервійська – фахівці на державній та військовій службі. Ці війська існують для допомоги армії щодо обробки та аналізу інформації, впровадження нових технологій, збору інформації, захисті кіберпростору країни.

У більшості юрисдикцій здійснюється сильний тиск з боку наглядових органів, щоб уникнути перетворення кіберзагрози на «ІТ-проблему» та застосувати цілісний підхід щодо мінімізації та реагування на прояви кіберризиків. Однак, залишається невирішеним питання кінцевої відповідальності, кому вона має належати. Деякі фінансові установи дотримуються підходу, який передбачає призначення невиконавчого директора з питань кібербезпеки, який несе відповідальність за безпеку [3].

Цифрова економіка становить значну частину світової економіки, а її стрімкий розвиток безпосередньо впливає на цифровізацію фінансового сектору та, як наслідок, на стійкість фінансового кіберпростору. В цих умовах фінансові установи мають ефективно протидіяти зовнішнім і внутрішнім кіберзагрозам, швидко відновлюватися після кібератак та адаптуватися до кіберризиків. При цьому, важливу роль відіграє організаційне забезпечення, що повинно поєднувати суб'єктів менеджменту фінансового сектору, долучених до забезпечення кіберстійкості та безперервності бізнесу.

*Список використаних джерел:*

1. Брусакова О.В., Гетманець О.П. Модернізація механізму правового забезпечення кібербезпеки ринку фінансових послуг. Право і безпека. 2021. №3. С.77-83.
2. Гриценко К.Г. Шляхи забезпечення стійкості фінансового кіберпростору. Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці. 2020. Випуск 49. С. 352-357.
3. Боженко В. В., Койбічук В. В., Габенко М.М. Вплив кібершахрайств на фінансову систему на прикладі країн Євросоюзу. Вісник Сумду. 2021. №2. С.47 -52.

Sofia Kozanchyn

Ivan Franko National University of Lviv

### DEVELOPMENT OF CYBERSECURITY OF FINANCIAL AND BANKING INSTITUTIONS OF UKRAINE

The automation and digitalization of processes has led to an increase in cyber fraud, especially in the financial sector, which is one of the five most cyber-attacked areas. This is due to the increasing availability of software and hardware tools for cybercrime and fraud to the average user, as well as increasing the level of information literacy of the population. Therefore, the activities of financial institutions today are aimed at ensuring the necessary level of cybersecurity in terms of expanding opportunities for the implementation of cybercrime.

*Keywords:* cybersecurity, financial sphere, bank.

Едуард Козенний

Львівський національний університет імені Івана Франка  
eduard.kozennyi@lnu.edu.ua

## ВПЛИВ ВЕРТИКАЛЬНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ФІРМИ

В епоху глибоких змін в системі економічних відносин для впевненого розвитку будь-якому підприємству потрібна чітка довгострокова стратегія дій, підкріплена відповідною організаційною структурою, що зокрема може базуватися на співпраці з іншими підприємствами. Однією з таких форм стратегічного партнерства, що набула широкого поширення у світовій господарській практиці, є вертикальна інтеграція.

Вплив вертикальної інтеграції на ефективність фірми є темою, що викликає багато суперечок серед вчених-економістів. З точки зору інституційної теорії фірми прагнення підприємств до вертикальної інтеграції пояснюється існуванням трансакційних витрат. О. Вільямсон у своїй праці "*The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting*" аналізує два випадки скорочення трансакційних витрат за рахунок вертикальної інтеграції.

Перший пов'язаний з власне економією на трансакційних витратах, що виникають під час укладання контрактів. У цьому випадку вигоди від вертикальної інтеграції є цілком визначеними, але достатньо невеликими. Другий випадок пов'язаний із виробництвом продуктів, попит на які у майбутньому повністю не визначено. У цьому випадку контракт між постачальником проміжної та кінцевої продукції виявляється неповним через неможливість передбачити всі майбутні події. Тут відсутність вертикальної інтеграції ставить під загрозу інвестиційні проекти постачальника проміжної продукції.

Високі трансакційні витрати також змушують фірми використовувати методи вертикальної інтеграції у разі існування асиметричної інформації про якість обладнання та проміжної продукції. Гострота проблеми, що виникає в результаті асиметричної інформації про якість на ринку обладнання, істотно вища, ніж на ринках споживчих благ. За таких умов стратегія вертикальної інтеграції стає для фірми ще привабливішою [1, с. 30-35].

Представники неокласичної теорії вважають, що важливим спонукальним фактором є залежність розміру фірми від технологічних меж, що є причиною існування ефекту від масштабу. В результаті об'єднання виробництва на декількох підприємствах вертикальна інтеграція дає змогу отримувати ряд переваг, як-от [2, с. 388]:

- наявність більш спеціалізованих працівників;
- дозволяє досягнути вищого рівня спеціалізації на кожному етапі виробничого процесу;
- можливість зосередити засоби та розподілити виробничі витрати та збут, а також фінансовий ризик на більший обсяг діяльності;
- можливість зменшити рекламні та інші витрати, і як наслідок отримати більшу віддачу від витрат.

Водночас вертикальна інтеграція є досить дорогою та складною стратегією для реалізації. Спостереження економістів показують, що деякі фірми досягають успіху, тоді як інші зазнають невдачі у реалізації вертикальної інтеграції у межах одного й того ж конкурентного середовища.

Стакі та Уайт зазначають, що вертикальна інтеграція є ризикованою стратегією - вона складна, дорога й створює бар'єри виходу з бізнесу. На їхню думку, вертикальна інтеграція матиме позитивний вплив на продуктивність, якщо [3]:

- ринок надто ризикований і ненадійний - він "провалюється".
- компанії на інших етапах технологічного ланцюжка володіють більшою ринковою владою
- інтеграція створить умови для використання переваг наявності ринкової влади у вигляді підвищення бар'єрів для входу на ринок або застосування цінової дискримінації щодо деяких сегментів споживачів.
- ринок молодий, і компанія має провести вертикальну інтеграцію для розвитку ринку, або ж ринок скорочується, і компанії виходять із суміжних стадій технологічного ланцюжка.

Головний висновок цього дослідження - не варто проводити вертикальну інтеграцію, якщо тільки це не є абсолютно необхідним. Незважаючи на негативний досвід, вертикальна інтеграція є популярною стратегією, оскільки, за оцінкою Стакі та Уайта, рішення часто ґрунтуються на надуманих причинах та менеджерах, які не можуть оцінити вартість інвестицій та управління [4, с. 3].

Менеджери інколи надмірно інтегруються, тому що вони не враховують широкий спектр квазіінтеграційних стратегій. Довгострокові контракти, спільні підприємства, стратегічні альянси, технологічні ліцензії, володіння активами та франчайзинг, як правило, забезпечують менші капітальні витрати та більшу гнучкість, ніж вертикальна інтеграція. Крім того, вони часто забезпечують адекватний захист ринкової влади, який мають клієнти або постачальники.

Отже, економісти різних шкіл виділяють ряд мотивів, що спонукають фірми до вертикальної інтеграції, серед яких варто виділити прагнення до завоювання більшої частки ринку, зменшення витрат, зокрема трансакційних, подолання асиметрії інформації на ринку виробничого обладнання тощо. Проте, вертикальна інтеграція не завжди є оптимальною стратегією розширення масштабів бізнесу, оскільки також доцільно враховувати низку інших факторів, як-от особливості технологічного ланцюжка та особливості функціонування конкретного ринку.

### Список використаних джерел:

1. Williamson, Oliver E., *The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting* (1985). University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship, [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://ssrn.com/abstract=1496720> (дата звернення: 28.04.2022 р.)
2. Ігнатюк А. І. Економіка галузевих ринків : навчальний посібник / А. І. Ігнатюк. – К. : ВПЦ "Київський університет", 2015. – 448 с.
3. Stuckey, J. and White, D., When and when not to vertically integrate, *Sloan Management Review*, [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://sloanreview.mit.edu/article/when-and-when-not-to-vertically-integrate/> (дата звернення: 30.04.2022 р.) – Назва з екрану.
4. John R. Isaksen and Bent Dreyer *The Impact of Vertical Integration on Performance*, *Fiskeriforskning*, University of Tromsø, Norway [Електронний ресурс] – Режим доступу: [https://ir.library.oregonstate.edu/concern/conference\\_proceedings\\_or\\_journals/wm117p83g?locale=en](https://ir.library.oregonstate.edu/concern/conference_proceedings_or_journals/wm117p83g?locale=en) (дата звернення: 30.04.2022 р.)

Eduard Kozennyi

Ivan Franko National University of Lviv

### THE IMPACT OF VERTICAL INTEGRATION ON FIRM'S PERFORMANCE

This paper deals with the problem of assessing the impact of vertical integration on firm's performance. The analysis shows that implementing of vertical integration can have a number of positive effects on firm's performance, but also it involves high risks as it is complex and costly strategy.

*Keywords:* vertical integration, firm's performance

**Михайло Кокоско**

*Львівський національний університет імені Івана Франка  
kokoshkomyihailo13@gmail.com*

## **ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ НА ФІНАНСОВОМУ РИНКУ**

Ефективне функціонування економіки є важливим для будь-якої держави. Сьогодні, з підвищенням рівня конкуренції на фінансовому ринку важливо розуміти наскільки результативною є діяльність фінансових установ. Це важливо, адже від цього значним чином залежить функціонування економіки в загальному, яка сьогодні, в умовах нестабільного політичного становища, повинна розвиватись. У фінансових установ з'являється можливість отримати конкурентні переваги шляхом використання цифрових інструментів маркетингових комунікацій, тому важливо розуміти те, яку саме користь їм це може принести та наскільки ефективно відбувається процес їх використання.

Термін цифровий маркетинг вперше був використаний у 1990-х роках. Цифрова епоха почалася з появою інтернету та розвитком платформи Web 1.0. Платформа Web 1.0 дозволяла користувачам знаходити потрібну інформацію, але не дозволяла ділитися цією інформацією за допомогою мережі Інтернет. Далі з дебютом архітектури сервер/клієнт і популярністю персональних комп'ютерів «додатки керування відносинами з клієнтами (CRM) стали важливим фактором маркетингових технологій» [4, с. 389]. Згодом вже у 2000-х роках, з збільшенням кількості користувачів Інтернету та появою iPhone, клієнти почали шукати продукти та приймати рішення про свої потреби першочергово за допомогою мережі Інтернет, замість того, щоб консулюватися, як раніше, з продавцем, що створило нову проблему для маркетингового відділу компаній. Далі, з розвитком соціальних мереж, таких як LinkedIn, Facebook, YouTube і Twitter, споживачі стали більш залежними від цифрової електроніки в повсякденному житті. У користувачів почали вироблятися нові звички та згодом зміна поведінки клієнтів почала чинити вплив на диверсифікацію маркетингових технологій.

Сьогодні до основних цифрових інструментів маркетингових комунікацій варто відносити: партнерський маркетинг, email-маркетинг, маркетинг у пошукових системах (SEM), маркетинг у соціальних мережах (SMM), реклама в грі, зв'язки з громадськістю в інтернеті, відеорекламу, нативну рекламу, контент-маркетинг, спонсорований вміст, вхідний маркетинг, SMS-маркетинг та Push-повідомлення. Усі вони можуть бути використані фінансовими установами та бути згодом імплементованими в їх стратегії. Однак варто зазначити, що фірмам слід прагнути до довгострокових комунікаційних відносин за допомогою створення моделі двосторонньої комунікації, використовуючи різноманітні канали і рекламні стратегії.

Сьогодні фінансовий ринок слідує стратегії «Розвитку фінансового сектору України до 2025 року» [3, с. 14]. Стратегія встановлює пріоритети та цілі розвитку фінансового сектору до 2025 року. Її метою є забезпечення подальшого реформування та розвитку фінансового сектору України відповідно до провідних міжнародних практик й імплементатії заходів, передбачених Угодою про асоціацію між Україною та ЄС й іншими міжнародними зобов'язаннями України. Уже в 2022 році Україна вдається досягати успіху за деякими показниками. Порівняно з 2020 роком в 2021-му вдалось зменшити обсяг непрацюючих кредитів у банківській системі з 52.9% на трохи більше ніж 10%, а також знизити частку державних банків в активах банківської системи до 54%, хоча цільовий показник є не більшим ніж 25%. Також з 2017 по 2021 рік можна спостерігати ріст рентабельності активів банків – з 0.16% до 3.81%, а рентабельність капіталу зросла у більше як 20 разів за ці 5 років [1]. Відбулися також позитивні зрушення серед страхових компаній, адже у 2021 році 87% страховиків-ліцензіатів дотримуються вимог до платоспроможності та фінансових нормативів, що є високим показником і є вищим ніж у попередньому році.

Для більш ґрунтовного розуміння ефективності використання цифрових інструментів маркетингових комунікацій фінансовими установами варто проаналізувати діяльність найбільшого за розмірами активів українського банку, який є лідером роздрібного банківського ринку України – АТ КБ «ПриватБанк». Стратегія ПриватБанку поєднує в собі маркетингові стратегії росту, власне стратегію диверсифікації та стратегію інтенсивного росту. В загальному цей банк є одним з найбільш інноваційних. У своїй діяльності банк використовує такі основні канали просування послуг: вебсайт, інтернет реклама, e-mail-маркетинг, соціальні мережі, online-банкінг, чат-боти, SMS-інформування та інші. У 2022 році за даними Kantar Україна станом на січень у ТОП-10 найбільш відвідуваних сайтів увійшов вебсайт ПриватБанку, який зайняв 10 місце, після Google, Youtube, Facebook й низки інших сайтів. Загальна кількість відвідувань вебсайту становить 9.4 млн користувачів, а середній відсоток відвідувачів, які переглядають лише одну сторінку, перш ніж залишити сайт становить 32%, а кожен відвідувач проводить на сайті в середньому 6 хвилин 46 секунд. Показним також є те, що напряду натискає на посилання вебсайту 42.28% аудиторії, відсоток трафіку, який був перенаправлений з інших вебсайтів – 38.43%, а також трафік, який перейшов з пошуку становить 15.54% [2]. Тобто менше 5% відвідувачів переходить з інших джерел, як от соцмережі та інше. Це вказує на те, наскільки пріоритетними є джерела трафіку для банку. АТ КБ «ПриватБанк» в основному використовує органічний трафік, адже 99.94% надходять органічно, а 0.06% переходять за допомогою рекламних повідомлень. Банк має сторінки й у соцмережах. Найбільш активними є сторінки у Facebook та Instagram. Їх коефіцієнт ER (коефіцієнт залучення людей), що становить – 0.19% у Facebook та 0.72% у Instagram вищий у порівнянні з коефіцієнтами інших соціальних мереж, однак нижчих у порівнянні з певними іншими банками. Також банк володіє найпопулярнішим в Україні інтернет-банкінгом – «Приват24». Послугами цього сервісу користуються понад 12,43 млн осіб та з кожним днем кількість клієнтів зростає.

Підсумовуючи, варто зазначити, що сьогодні, в умовах нестабільного політичного становища, можна спостерігати певні покращення деяких показників фінансового ринку України. Це створює умови для застосування додаткових джерел отримання конкурентних переваг, а саме використання інструментів цифрового маркетингу, які дозволять краще розуміти ринок, визначити й задовольняти потреби потенційних клієнтів, поліпшити якість обслуговування й збільшити рівень поінформованості про компанію. На прикладі провідного українського банку АТ КБ «ПриватБанк» можна побачити, що уже все більше відбувається процес імплементатії цифрового маркетингу в загальну стратегію, який чудово демонструє необхідність й важливість провадження подібної діяльності серед фінансових установ не лише в Україні, а й у низці країн за кордоном.

*Список використаних джерел:*

1. Наглядова статистика. Національний Банк України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/supervision-statist> (дата звернення: 13.05.2022).
2. Огляд основних показників вебсайту АТ КБ «ПриватБанк». Similarweb. URL: <https://www.similarweb.com/website/privatbank.ua/#overview> (дата звернення: 26.04.2022)
3. Стратегія розвитку фінансового сектору України до 2025 року. Національний Банк України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/strategiya-rozvitku-finansovogo-sektoru-ukrayini-do-2025-roku-7686> (дата звернення: 13.05.2022).
4. Bhat, S.A. and Darzi, M.A., "Customer relationship management: An approach to competitive advantage in the banking sector by exploring the mediational role of loyalty", International Journal of Bank Marketing. 2016. Vol. 34, №3. P. 388-410.

**Mykhailo Kokoshko**

*Ivan Franko National University of Lviv*

#### DIGITAL MARKETING COMMUNICATION TOOLS AT THE FINANCIAL MARKET

Digital marketing sphere has been evolving and significantly changing during the last 30 years. Now it is on the rise and a potentially effective tool for gaining competitive advantage. Especial nowadays, when all world is experiencing difficulties related to having unstable political environment, financial institutions are searching for ways to improve, as they are one of the key components of the economy for every existing country. Thus, it is drastically important to analyse and understand how efficient they are already and what potential benefits the use of digital marketing communication tools can give them.

*Keywords:* digital marketing, financial market, digitalization, communication tools, Ukraine, enterprise, marketing, Internet, effective.

**Дмитро Коломієць**

*Львівський національний Університет імені Івана Франка  
dksapphire988@gmail.com*

## **СУЧАСНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ КЛІЄНТООРІЄНТОВАНОГО БІЗНЕСУ**

Упровадження все більш сучасних напрямів розвитку клієнтоорієнтованого бізнесу компанії є дійсно актуальним завданням, адже майже кожне підприємство має на меті задовольнити більшу кількість своїх клієнтів. Задля забезпечення постійного розвитку та стабільних прибутків компанії варто вдосконалити стратегію клієнтоорієнтованості бізнесу для утримання наявних та завоювання нових клієнтів у довгостроковій перспективі.

Доречно згадати слова власника компанії «Амазон» Джефа Безоса, який стверджує "When given the choice of obsessing over competitors or obsessing over customers, we always obsess over customers" (переклад: «У разі вибору між конкурентами та клієнтами ми завжди вибираємо зацікленість на клієнтах»). Ці слова означають, що для компанії Безоса клієнт завжди правий. Саме такий підхід вивів компанію «Амазон» на вершину світового рівня продаж з високим рівнем довіри клієнтів, що забезпечує постійні надприбутки, які щодня збільшуються, незважаючи на складні економічні умови сьогодення.

Метою цієї наукової роботи є проведення аналізу сучасних напрямів клієнтоорієнтованості бізнесу на основі конкретного підприємства – «Укрекспо-Процес».

Для отримання стійкого прибутку та забезпечення успішної у довгостроковому періоді, приватне впроваджувальне науково-виробниче підприємство «Укрекспо-Процес» націлене на реалізацію клієнто-орієнтованої бізнес-стратегії у своїй діяльності, що слід визначати як знаряддя партнерських взаємовідносин компанії та цільових споживачів для задоволення їхніх потреб.

Імплементація клієнтоорієнтованої бізнес-стратегії компанії «Укрекспо-Процес» складається з низки етапів, де враховано важливість та актуальність CRM-системи, що передбачає технологізацію усього процесу, та відображає управлінську модель клієнтоорієнтованості. Вдало реалізована клієнтоорієнтована бізнес-стратегія має потенціал для забезпечення зростання продажів, підвищення прибутковості та загальної стабільної конкурентної переваги.

Як складову бізнес-стратегії, розглядаємо методику формування клієнтоорієнтованості персоналу компанії, впровадження якої здійснюється у кілька кроків. Сутність цієї методики полягає у навчанні персоналу розуміти клієнтів, фахово відповідати на їхні запитання, компетентно консультувати, розуміти їхні потреби, побажання тощо та відповідно реагувати на них. Успішна її реалізація дасть змогу підприємству сформувані такі конкурентні переваги, що вкрай складно скопіювати конкурентам. Ба більше, вона забезпечить стійкий та довготривалий дохід, створить позитивний імідж та лояльність споживачів.

Тобто, пропонуємо клієнтоорієнтовану стратегію розвитку підприємства на засадах соціальної відповідальності, що є результатом чіткого плану дій, спрямованого на вирішення довгострокових завдань щодо покращення бізнес-процесів. Загалом це сприятиме безперервному формуванню портфелю клієнтів та удосконаленню системи взаємовідносин з клієнтами, а саме: відповідальність за дії та вчинки, орієнтація на прозорість, надійність, безпечність; стабільність росту якості послуг та обслуговування, дотримання етичної поведінки, норм стандартів та законів.

Більше того, окремим елементом підвищення рівня клієнтоорієнтованості персоналу компанії також визначено відбір персоналу компанії за певними критеріями та ступенем співпадіння цінностей, інтересів та потреб компанії і майбутніх працівників.

Високий рівень клієнтоорієнтованості, що проявляється в ефективному обслуговуванні клієнтів, є стратегічною конкурентною перевагою компанії.

Водночас дослідивши стан та особливості ведення бізнесу «Укрекспо-Процесу», а також оцінивши наскільки ефективним є застосування інструментів клієнтоорієнтованості, узагальнено низку заходів, що є найбільш дієвими у напрямі удосконалення клієнтоорієнтованої стратегії. Ключовий акцент варто змістити на Інтернет-просуванні бренду, а саме проведення Інтернет-кампанії в цілях масштабування, починаючи із розробки сайту та лендінгу, доповненими успішним таргетингом та впровадженням CRM-системи, контекстної реклами, реклами у блогерів та інших сучасних онлайн інструментів, які ведуть підприємство на більш ефективний рівень контактів з клієнтами.

Таким чином, у результаті застосування сучасних напрямів розвитку клієнтоорієнтованого бізнесу досягається ефективне функціонування будь-якого підприємства. Завдяки зростанню довіри клієнта відбувається просування бренду на ринку, що веде до збільшення попиту на його продукцію. Оптимізація бюджетування шляхом впровадження сучасних комунікаційних стратегій на підприємстві «Укрекспо-Процес» дасть можливість більш раціонально використовувати ресурси і, відповідно, отримувати стабільні прибутки, забезпечуючи у довгостроковій перспективі імідж підприємства, позиціонування бренду, підтримання лояльності клієнтів та ведення бізнесу на морально-етичних засадах, в якому відповідальність та порядність – запорука успіху.

*Список використаних джерел:*

1. Алькема В. Г., Арцюх Ю. В. Інноваційна стратегія клієнтоорієнтованого логістичного сервісу. Вчені записки Університету «Крок». 2014. Вип. 35. С. 35–40.
2. Дейнека Олена. Клієнтоорієнтованість роздрібно мережевого підприємства: кроки від декларації до реалізації. Економічний аналіз. Випуск 5.2016. С. 75-79
3. Deshpande R., Farley J.U., Webster F.E. Corporate culture, customer orientation and innovativeness of Japanese firms: a guardant analysis. Journal of Marketing. 2013, 57 (1). P. 23-37.

**Kolomiets Dmytro**

*Ivan Franko National University of Lviv  
dksapphire988@gmail.com*

### **MODERN DIRECTIONS OF CLIENT-ORIENTED BUSINESS DEVELOPMENT**

*Annotation.* The scientific research paper provides review of the modern tools and techniques used for development of the client-oriented strategy of the private company targeted at successful development of the client-oriented business under the circumstances of modern shifts.

It offers comprehensive analysis of the client-oriented approach to business development.

A structural model for implementation of the modern client-oriented tools and techniques selected for UkrExpo-Process private company's activities has been developed as part of the research.

Proposals related to increase of the level of customer orientation through implementing a CRM system are enclosed in the paper.

*Keywords:* client-oriented business, UkrExpo-Process, CRM-system.

Едуард Колотвін

Львівський національний університет імені Івана Франка

Eduard.Kolotvin@lnu.edu.ua

## МАЙБУТНІ ЦІНИ НА НАФТУ: ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ Й ЕМПІРИЧНІ СВДЧЕННЯ

**Виклад основного матеріалу.** Із теорії Г. Готеллінга, відомої також як правило Готеллінга для непоновлюваних природних ресурсів, випливає, що для строкового ринку нафти характерною ситуацією має бути контанго, тобто віддалені ціни мають перевищувати наближені на величину очікуваного процентного доходу. Втім численні дослідження свідчать про те, що у довгостроковому періоді правило Готеллінга не справджується, а нафта – не поціновується. Невідповідність між емпіричними спостереженнями та висновками Готеллінга відома як загадка Готеллінга [1]. Центральною категорією теорії раціонального ціноутворення на строкових ринках біржових сировинних товарів, що серед іншого намагаються пояснити цю загадку, є поняття доходу від володіння таким активом (*convenience yield*). Історичний розвиток теорії зберігання та теорії ціноутворення на строкових сировинних ринках довів, що дохід від володіння є ключовим та економічно значущим чинником невідповідності майбутніх фактичних та очікуваних цін, особливо коли ринок перебуває у стані беквордації [2]. Аналітично, величина доходу від володіння характеризується економією від володіння нафтовими запасами та премією, що виникає внаслідок стохастичних ринкових коливань цін на нафту. За своїм економічним змістом дохід від володіння асоціюється із премією за реальним кол-опціоном, що природно виникає у власників нафтових родовищ: володіння підземними запасами еквівалентне володінню кол-опціоном зі страйковою ціною рівною витратам на видобуток, а віддача за таким опціоном дорівнює спот-ціні нафти. Таким чином, беквордація стимулює видобуток нафти: якби на ринку панувало контанго, у виробників не було би стимулів виконати наявний у них реальний опціон. У випадку, коли майбутні ціни перевищують поточні, у виробників є стимули відкласти виконання реального опціону, очікуючи вищої майбутньої віддачі.

Емпіричні спостереження свідчать, що історично характерною для ринку нафти є ситуація беквордації [3]. Обраховані нами показники свідчать про те, що протягом 1986-2007 рр. беквордація спостерігалася у близько 60% випадків. Втім, у період з 2008 по перший квартал 2022 р. ситуація була протилежною – у понад 60% випадків для ринку було характерне контанго. Проаналізувавши період з 1986 по перші п'ять місяців 2022 р. [4], констатуємо, що говорити про переважання однієї ситуації над іншою протягом аналізованого періоду уже неможливо. Беквордація та контанго майже однаково характерні для ринку. У період з 1986 по перший квартал 2022 р. контанго було характерне для 1986, 1993-1994, 1997-1998, 2005-2012, 2015-2017 та 2020 рр., в той час як беквордація була характерна для 1987-1991, 1995-1996, 1999-2000, 2002-2004, 2013-2014, 2018-2019, 2021 та перших п'яти місяців 2022 р. Детальний аналіз ситуації на ринку в останні роки свідчить про те, що у 2020 р. форвардна крива була «обернено горбатою»: на ринку нафти спостерігалися короткострокова беквордація та довгострокове контанго. У 2021 р. ситуація була протилежною – «горбата» форвардна крива свідчить про короткострокове контанго та довгострокову беквордацію. Протягом перших п'яти місяців 2022 р. форвардна крива нафти перебуває у беквордації.

Теорія зберігання обґрунтовує коливання майбутніх цін на нафту міжчасовою трансмісією поточної ринкової кон'юнктури та рівня фізичних запасів, що виявляються як дохід від володіння. Теоретично, із цієї залежності випливає наступний висновок: коли поточні запаси є надлишковими, ринок перебуває у контанго і рівень доходу від володіння є низьким, і навпаки – коли ж спостерігається нестача запасів, ринок перебуває у беквордації і рівень доходу від володіння є високим. Більшість редукованих моделей, що містять дохід від володіння, використовують саме чистий дохід від володіння, обчислений як дохід від володіння за вирахуванням витрат на підтримання позиції, де витрати на підтримання позиції дорівнюють сумі витрат на зберігання та позикових витрат [5]. Зазначимо, що усі ці величини обчислюються на граничній основі. Застосувавши такий підхід для оцінки величини доходу від володіння у 2020 – перших п'яти місяцях 2022 р., на основі даних про ціни (котирування) ф'ючерсних контрактів NYMEX WTI, спотові ціни на нафту марки WTI та величини ставок LIBOR за 2020 – перші п'ять місяців 2022 року, обраховано значення чистого граничного доходу від володіння нафтою за трьома строковостями (3, 6, 12 місяців) та побудовано інтерпольовані криві міжчасової структури доходу від володіння, відомі також як просто криві доходу від володіння. Для досліджуваного періоду зберігається лінійковидна форма «спагеті» кривих, що пояснюється дією ефекту Семюельсона, який нехарактерний для ф'ючерсів на нафту, проте властивий доходу від володіння нею.

Для 2020 р. (в середньому), коли для ринку було характерне контанго, крива доходу від володіння демонструвала від'ємні значення, мала висхідний характер та увігнуту форму. У короткостроковому періоді за умов надлишку запасів нафти витрати на їх зберігання значно перевищували вигоди від володіння ними, проте міжчасове скорочення запасів призводило до їх умовного поцінування протягом форвардного періоду. Для 2021 р. (в середньому) коли на ринку була беквордація, крива доходу від володіння демонструвала додатні значення, мала низхідний характер та опуклу форму. На увагу заслуговують незвичні відхилення значень чистого граничного доходу від володіння для трьохмісячного терміну погашення, що спостерігалися як у 2020, так і у 2021 рр. Припускаємо, що такі аномальні значення свідчать про наявність короткострокових (до 3-х місяців) шоків волатильності попиту і пропозиції на поточному ринку та ринку зберігання. Природа цих шоків потребує подальшого дослідження. Для перших п'яти місяців 2022 р. усереднена крива доходу від володіння має нетипову конфігурацію: попри беквордацію, вона має форму, характерну для контанго, демонструючи від'ємні значення чистого граничного доходу від володіння у короткостроковому періоді (перші 3 місяці). Попри обмежену пропозицію, власники нафти отримують чисті втрати від володіння нею. Така ситуація є аномальною. У середньо- та довгостроковому форвардних періодах значення доходу від володіння повертаються до типових додатних значень.

**Висновки.** Найновіші дані свідчать, що переважання беквордації на ринку нафти уже не спостерігається: натомість, в довгостроковому періоді для ринку однаково характерними є стани як беквордації, так і контанго. У 2020 р. для ринку в середньому характерною була ситуація контанго, у 2021 – на початку 2022р. – беквордації. Важливу роль у аналізі фундаментальних чинників розбіжності очікуваних та фактичних майбутніх цін відіграє дохід від володіння. Аналіз числових значень чистого граничного доходу від володіння та побудованих на їх основі міжчасових кривих дає змогу прослідкувати аномалії на строкових ринках та обґрунтувати зв'язок майбутніх цін та рівня поточних запасів нафти.

Список використаних джерел:

1. Chari V. The Optimal Extraction of Exhaustible Resources [Електронний ресурс] / V. Chari, L. Christiano // Federal Reserve Bank of Minneapolis. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: <https://bit.ly/39r48q4>
2. Zhu Z. Commodity convenience yield and risk premium determination: The case of the U.S. natural gas market [Електронний ресурс] / Zhen Zhu // Energy Economics. – 2006. – Режим доступу до ресурсу: <https://bit.ly/3wjrnv>
3. Simkins B. Energy finance and economics: Analysis and valuation, risk management, and the future of energy / B. Simkins, B. Simkins., 2013.

4. Crude Oil WTI Historical Prices [Електронний ресурс] // NYMEX CME – Режим доступу до ресурсу: <https://bit.ly/3yFPjdX>.
5. Ederington, L.H. Characteristics of petroleum product prices: A survey, Journal of Commodity Markets / Ederington, L.H., Fernando, C.S., Hoelscher, S.A., Lee, T.K., Linn, S.C. // Journal of Commodity Markets. –2018.

**Eduard Kolotvin**

*Ivan Franko National University of Lviv*

FUTURE OIL PRICES: THEORETICAL FOUNDATIONS AND EMPIRICAL EVIDENCE

*Summary.* The paper highlights the foundations of future oil pricing, as well as describes the role of the convenience yield as a key category of the theory of storage. In addition, the paper analyzes the dynamics of contango and backwardation on the oil market during 1986 – early 2022. Finally, it describes the construction of intertemporal convenience yield curves and the evidence obtained therefrom.

*Keywords:* oil market, future and current prices, Hotelling's puzzle, futures, contango, backwardation, forward curve, theory of storage, cost of carry, convenience yield.

**Валерія Констанжи, Софія Овчаренко**

*Львівський національний університет імені Івана Франка  
valeriia.kostanzhy@lnu.edu.ua, sofia.ovcharenko@lnu.edu.ua*

## **ВЗАСМОДІЯ ДЕРЖАВИ І БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ**

Повномасштабне військове вторгнення країни-агресора змусило Україну вести боротьбу не тільки на військовому чи геополітичному фронтах, а й економічному. "Міцний" і надійний фінансовий тил - запорука перемоги нашої держави, її успішна можливість відбудуватись після закінчення бойових дій.

На даний момент Україна зазнала збитків, розмір яких коливається від 564 до 600 мільярдів доларів. Порівнюючи два роки пандемії і три місяці війни, можна стверджувати, що поточні завдані втрати перевищують попередні мінімально в два рази. На даний момент економіка держави перебуває в кризовому становищі, тому провідну роль відіграє аналіз ситуації і висвітлення основних проблем.

Важливим аспектом, на який важливо звернути увагу є різке падіння ВВП й зростання споживчої інфляції. За прогнозами Світового банку зниження загальної вартості товарів, вироблених на території України очікується на 35-40%. За даними Державної служби статистики, на період від січня до травня 2022 року зростання цін становить 11,5%, що фактично складає інфляцію за весь 2021 рік [4].

Причинами кризи даного напрямку економіки є:

По-перше, руйнування і порушення логістичних ланцюгів внаслідок тимчасової окупації частини територій, постійних бойових дій. Через погіршення залізничних зв'язків, блокування морських портів і знищення транспортної та дорожньої інфраструктури під загрозою опинилися приблизно дві третини експорту. Як результат, завдані збитки становлять близько 200 млрд. доларів.

По-друге, масові вимушені переселення з територій активних бойових дій. Серйозною проблемою, що стосується як економічного, так і соціального напрямку є працездатне населення, що через війну втратило домівки й робочі місця. Під час проживання в регіонах, небезпечних для існування і життя, спостерігається значне зниження попиту на працю, скорочення продукції. В той же час великий потік внутрішньо-переміщених осіб на захід України призводить до несвоєчасного забезпечення необхідним обсягом товарів виробниками.

По-третє, скорочення імпорту. Через значну девальвацію гривні платоспроможність споживача суттєво зменшилася, що призвело до падіння попиту на ввезену продукцію. Оскільки економіка України є імпортозалежною, то вагомим чинником інфляційного зростання стали валютні коливання.

По-четверте, заморожування інвестицій. Метою вливання іноземних коштів в економіку України є збільшення прибутку. Нестабільні обставини в державі є передумовою виникнення труднощів у припливі ресурсів з-за кордону. В свою чергу поведінка країни-агресора спричиняє негативний вплив на очікування ділових партнерів, підприємців й іноземних інвесторів. Це збільшує фінансові ризики і посилює мотивацію до відпливу коштів з національної економіки [3].

По-п'яте, скорочення економічних можливостей та зростання витрат підприємств. Це насамперед пов'язано з погіршенням логістичних зв'язків, пошкодженням інфраструктури, підвищенням цін на енергоносії та недостатністю робочої сили. Перераховані перешкоди для здійснення господарської діяльності спонукають до швидких і дійових пошуків альтернативних постачальників сировини та матеріалів. Високий рівень невизначеності функціонування бізнесу погіршує можливість чітко оцінювати ризики та розробляти стратегію з метою зниження їх впливу.

Держава намагається дбати про вітчизняне виробництво, всіх робітників і вживає міри з метою продовження їх діяльності за умови економічно складного періоду. Серед основних кроків для підтримки підприємництва можна виокремити:

1. Запровадження спрощеного оподаткування для великого бізнесу - сплата єдиного податку так, як це нині робить малий бізнес. Умовою для цього є річний обіг підприємства до 10 млрд грн. До того ж, були зняті обмеження щодо кількості працівників.

2. Платники податків мають право подати податкову та іншу звітність протягом 90 календарних днів після припинення воєнного стану. В період дії воєнного стану, а також протягом трьох місяців після його завершення не застосовується відповідальність за несвоєчасне подання таких документів до контролюючих органів, не застосовується адміністративна та кримінальна відповідальність за неподання чи несвоєчасне подання звітності: податкової, облікової, фінансової, бухгалтерської, розрахункової, аудиторської.

4. Власники територій, розташованих в зоні бойових дій, з 24 лютого 2022 року до кінця 2022 року звільняються від сплати податку за землю.

5. Якщо ФОПи I та II групи впродовж воєнного часу не отримують доходу, вони також можуть не сплачувати Єдиний Соціальний Внесок. У випадку мобілізації працівників, ЄСВ за них буде сплачено державними коштами.

6. Застраховані особи, які частково або повністю втратили дохід мають право на одноразову грошову допомогу у розмірі 6500 грн. Це стосується платників ЄСВ, які подали податкову звітність за IV квартал 2021 р. або річну звітність за 2021 рік. Програма реалізується через застосунок «Дія».

7. За працівниками, призваними на строкову військову службу під час дії особливого періоду на строк до його закінчення або до дня фактичного звільнення зберігаються місце роботи, посада і середній заробіток на підприємстві незалежно від підпорядкування та форми власності і у фізичних осіб - підприємців, у яких вони працювали на час призову. Таким працівникам здійснюється виплата за рахунок коштів Державного бюджету України відповідно до Закону України "Про соціальний і правовий захист військовослужбовців та членів їх сімей" [1].

У свою чергу великі українські компанії значною мірою забезпечують постачання гуманітарної допомоги та фінансову підтримку на місцях, що її найбільше потребують. У приклад наведено компанії різних сфер і категорій, що підтверджують наочність вище сказаного.

За допомогою одного з лідерів вітчизняного автомобільного бізнесу Winner Group Ukraine було передано більше 150 автомобілів на потреби ЗСУ, Територіально Оборони, а також медичних центрів.

Фокстрот - велика українська мережа електроніки та побутової техніки, як член групи Euronics, надали гуманітарну допомогу на суму майже 700 тис євро. До того ж, деякі магазини та офіси у Львові, Луцьку, Чернівцях та Ужгороді вже облаштували для потреб людей, що потребують тимчасового захисту.

Великий внесок в допомогу українцям також роблять МакДональдз Україна. Компанія виділила 5 млн доларів і продовжує виплачувати заробітну плату своїм працівникам. Ресторани працюють на потреби ЗСУ, Територіальної Оборони.

EPAM Systems - найбільша ІТ-компанія в Україні наразі робить значні внески в економіку, завчасно сплативши податки у розмірі 50 млн гривень. 10 млн гривень передано гуманітарній організації "Червоний Хрест" для подолання наслідків гуманітарної катастрофи. Ці кошти будуть спрямовані на забезпечення медичної допомоги українським військовим та населенню, а також для надання допомоги вимушеним переселенцям. До того ж, було виділено 440 000 гривень на користь громадської організації "ASAP Rescue", яка займається проведенням рятувальних операцій [2].



Відтак очевидно, що за допомогою докладного висвітлення актуального питання і його аналізу, були наведені переконливі результати реальної співпраці країни й компанії в сучасних умовах.

Проаналізувавши діяльність держави і фінансові можливості вітчизняних підприємств, можна дійти до висновку, що економіка і підприємства - взаємозалежні поняття. Стабільність фінансового напрямку є запорукою розвитку, і, як наслідок, рентабельності виробництва. Важливо зазначити, що український бізнес є прибутковим і соціально відповідальним, а взаємодія з владою має ефективні результати. Реалії сучасності стосуються кожного - починаючи від особисто громадянина і закінчуючи масштабами національної економіки. Подолавши ворога разом, використавши можливості вільної комунікації і досвід найбільш розвинутих країн, Україна стане однією з найбільш могутніх держав у світі.

*Список використаних джерел:*

1. Відповіді на поширені питання зі сфери трудових відносин в умовах воєнного часу. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=10d196f4-2218-45bd-a6df-34048ce35032&title=VidpovidiNaPoshireniPitanniaZiSferiTrudovikhVidnosinVUmovakhVonnogoChasu>.
2. Сайт компанії EPAM. URL: <https://careers.epam.ua/>.
3. Стратегічна ціна російської агресії для економіки України / Жаліло Я.А., Базиліук Я.Б., Собкевич О.В. та ін. (за наук. ред. д.е.н. Я.А.Жаліла). К.: НІСД, 2022. 67 с. URL: [https://niss.gov.ua/sites/default/files/2022-04/analytrep\\_05\\_2022.pdf?\\_\\_cf\\_chl\\_tk=wbHIOZA3LwX2eQCxWbCqdxu5mWsHRQOikoEoYFuUWVU-1652631306-0-gaNycGzNCKU](https://niss.gov.ua/sites/default/files/2022-04/analytrep_05_2022.pdf?__cf_chl_tk=wbHIOZA3LwX2eQCxWbCqdxu5mWsHRQOikoEoYFuUWVU-1652631306-0-gaNycGzNCKU).
4. Що відбувається з економікою України під час війни. URL: [https://biz.censor.net/resonance/3334083/scho\\_vidbuvayetsya\\_z\\_ekonomikoju\\_ukrayiny\\_pid\\_chas\\_viyiny](https://biz.censor.net/resonance/3334083/scho_vidbuvayetsya_z_ekonomikoju_ukrayiny_pid_chas_viyiny).

**Valeriia Konstanzhy. Sofiia Ovcharenko**

*Ivan Franko National University of Lviv*

INTERACTION BETWEEN GOVERNMENT AND BUSINESS DURING THE WAR

*Annotation.* The urgency of the issues raised in the scientific article lies in the situation that threatens the sovereignty and territorial integrity of Ukraine, and led to the deterioration of the financial and economic situation of the state.

*Keywords:* economy of Ukraine, business, enterprise, economic activity, war.

Мирослав Дацко, Олександр Косован

Львівський національний університет ім. Івана Франка

myroslav.datsko@lnu.edu.ua, Oleksandr.Kosovan.AEKE@lnu.edu.ua

## ВПЛИВ ВІЙНИ НА ТРАФІК ВЕБ-САЙТІВ РОЗДРІБНИХ ТОРГОВЦІВ

Роздрібна торгівля за версією Forbes Україна знаходилася серед найбільш прибуткових галузей економіки України два роки поспіль (табл. 1). За рік ритейлери заробляли понад 430 млрд грн [1]. Онлайн торгівля добре показала свою ефективність під час пандемії COVID-19 — деякі підприємства змогли масштабуватися (наприклад, *Rozetka*), інші — розпочали розвивати та інвестувати в онлайн (наприклад, *Fozzy Group*), *Ericenter K*). Загалом сума онлайн-покупок за 2020 рік в Україні зросла на 41% [2].

Повномасштабне вторгнення 24 лютого докорінно змінило ситуацію. За результатами онлайн опитування RAU 18-21 березня (було опитано 97 власників та CEO підприємств по всій Україні) за 25 днів бойових дій було закрито 29% торгових об'єктів / магазинів [3]. Важливим залишається дослідити вплив війни на онлайн торгівлю на базі найбільших підприємств. Головними показниками аналізу буде трафік (кількість унікальних відвідувачів, кількість переглянутих сторінок, середня тривалість візиту та показник відмов) та чинники, які на нього вплинули.

Таблиця 1

Найбільші роздрібні торговці України, які використовують e-commerce

Назва роздрібного торговця	Рейтинг Forbes	Зростання виручки в 2020 р., %	Кількість унікальних відвідувачів, млн	Зміна кількості унікальних відвідувачів, %
Fozzy Group	5	3	0,642	17,76
Ericenter K	9	10	5,8	54,18
Metro Cash & Carry	29	20	0,257	-3,29
Rozetka	33	48	11	-61,53
Comfy	38	19	2	41,75
Foxtrot	40	9	1,6	52,34
Eva	44	5	1,2	41,26
Eldorado	56	18	1,2	52,26

Джерело: [1], Інформація про трафік була зібрана за допомогою сервісу *semrush.com*

Найбільший український інтернет-магазин та маркетплейс «*Rozetka*» досі має найвищий рівень відвідувань на сайті, який становить 11 млн унікальних користувачів, але цей показник на 61% менший від довоєнного. За словами засновника, щомісячний оборот компанії впав з 4 млрд гривень до 23 млн грн за три тижні, а склади заблоковані, магазини знищені, доставка працює з перебоями [4]. Зрозуміло, що основною проблемою «*Rozetka*» стала логістика та відсутність великих складських приміщень поза межами ведення бойових дій.

Також негативні зміни показало «*Metro Cash & Carry*», в яких кількість унікальних відвідувачів зменшилась на 3,3%. Крім складнощів спричинених війною, мережа має й репутаційні збитки, які теж могли негативно вплинути на роботу. Спричинено це відмовою керівництва працювати в Росії на вимогу українського «*Metro Cash & Carry*» [5].

Більшість інших проаналізованих інтернет-магазинів показали приріст кількості унікальних користувачів. Найбільший успіх серед них проявили магазини, які торгують технікою та електронікою (*Comfy*, *Foxtrot*, *Eldorado*) та гіпермаркет «*Ericenter K*», в якого і до повномасштабної війни була мета масштабуватися та наздогнати «*Rozetka*». Варто додати, що ріст магазинів з електронікою, міг бути спричинений попитом зі сторони армії та волонтерів.

При аналізі трафіку та онлайн-торгівлі під час війни варто згадати кібернетичний вимір воєнних дій. Чимало веб-сайтів були піддані DDos-атакам і не тільки, що псує якість інформації про трафік та загрожує функціонуванню системи роздрібного торговця. Отже, війна вплинула на функціонування роздрібною торгівлі не лише фізичним, а й кібернетичним чинном.

Все-таки роздрібні торговці змогли втримати свої позиції онлайн, незважаючи на логістичні блокади та постійні спроби злому систем. З кожним днем підприємці адаптуються до умов та відновлюють ланцюги постачання. Є важливим вдосконалювати вітчизняну торгівлю не лише для внутрішніх потреб, а й для майбутньої конкурентоспроможності з компаніями ЄС.

Список використаних джерел:

- Landa V., Katsylo D., Hnennyi K., Ivanova K., Shtuka N., Shapoval K., Maliuzhonok P. "Top 100 largest private companies" Forbes Ukraine № 8 [14] ISSN 2708-3268, pp. 38-72
- Бергер, А. Д. Світові тенденції розвитку електронної комерції з урахуванням кризових умов пандемії Covid-19 / А. Д. Бергер, А. С. Галета // Економіка і суспільство. – 2021. – Вип. 26. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-18>
- Статистика війни: за місяць бойових дій український ритейл втратив третину своїх торгових точок. URL: <https://rau.ua/ru/novyni/rusiian-war/>
- Виторг впав у 170 разів: *Rozetka* змушена звільнити більшість співробітників. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/04/1/685089/>
- Українське METRO вимагає закрити російську "дочку" – керівництво відмовляється. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/03/7/683439/>

Datsko M.V., Kosovan O. V.

Ivan Franko National University of Lviv

myroslav.datsko@lnu.edu.ua, Oleksandr.Kosovan.AEKE@lnu.edu.ua

THE IMPACT OF THE WAR ON RETAIL WEBSITE TRAFFIC

Keywords: retail, war, traffic, e-commerce, online, website

**Світлана Кошелюк**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*

*ksp190902@gmail.com*

## **МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ТОРГОВОГО ПІДПРИЄМСТВА «АТБ» В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ**

ТОВ «АТБ-маркет» — одне з підприємств корпорації «АТБ», що належить до найбільших сучасних українських мереж продуктивних магазинів, які здійснюють торгівлю діяльність на ринку за відчутно заниженими цінами у порівнянні з конкурентами. Прибуток мережі «АТБ» у 2021 році склав близько 150 млрд грн [1].

До введення воєнного стану на території України мережа «АТБ» налічувала 1316 магазинів у 24 областях України, кількість яких постійно зростала. У мережі «АТБ» працювало понад 60 тис. осіб. З 24 лютого 2022 року магазини «АТБ», які знаходяться на території військових дій, були змушені призупинити торгівлю діяльність та планують відновлювати її лише після покращення ситуації [1]. За час ведення бойових дій було зруйновано понад 100 магазинів. Таким чином, сьогодні працює лише близько 1000 відділень на всій території України.

Слід зазначити, що на 2022 рік планувалось відкриття ще 120 торгових точок (в невеличких селищах та містечках де близько 7 тисяч жителів), введення в експлуатацію власного розподільчого центру в Хмельницькій області, та побудова такого ж центру в місті Кропивницькому. Це сприяло б створенню близько 10 тис. робочих місць для українців. Через військовий стан, на даний момент було відкрито лише 2 нових відділення у Львівській області та планується створення торговельних об'єктів в містах Ужгород, Львів та Чернівці. Компанією надано гуманітарну допомогу для українців та армії на суму понад 200 млн грн, та на цьому торговельна мережа «АТБ» не має наміру зупинитися. У магазинах, які працюють, постійно діє загальнонаціональна програма збору гуманітарної допомоги для захисників України [2].

Однозначно, війна негативно вплинула на характер та організацію діяльності одного з найбільших ритейлерів в Україні, помітно змінився асортимент товарів на полицях магазинів центральних та східних регіонах. У західних областях України асортимент продуктів практично не зазнав суттєвих змін (налічує до 3,5 тис найменувань). На територіях країни, де досить нестабільна ситуація асортимент скорочений до 1,5 тис товарних позицій.

На початку війни компанія прийняла рішення про повернення у реалізацію в магазини торговельної мережі «АТБ» продукцію таких брендів, як «ROSHEN» та «Наша Ряба», з якими раніше було розірвано угоди. Значно збільшилась частка локального асортименту на полицях магазинів, компанія підписала угоди про співпрацю з багатьма місцевими постачальниками, що однозначно дозволило підтримати українських продавців в такий непростий час. Ці кроки також дозволили доповнити асортимент магазинів необхідними товарними позиціями, яких не вистачало, через ускладнення системи поставок. Також мережа «АТБ» прийняла рішення майже повністю відмовитись від маркетингових платежів для постачальників [3].

Компанія запустила власні прямі імпорتنі поставки продуктів харчування та інших товарів з Чехії, Туреччини, Польщі, Італії та країн Балтії [2]. Імпортована продукція поповнює полиці магазинів необхідними товарами першої необхідності та продуктами харчування, яких найбільше потребує українське населення. Є значні проблеми з постачанням товарів вже в середині країни, що зумовлено руйнацією ланцюгів постачання, запровадженням комендантської години, руйнуванням або окупацією складських приміщень (було зруйновано щонайменше два важливих розподільчі центри) знищенням та пошкодженням автомобільних шляхів [2].

Зараз головною метою «АТБ» є стабільне забезпечення споживачів необхідними товарами. Для цього застосовується гнучка система логістики та відкритого партнерства. Щодо цін, то їхнє коливання в «АТБ» є незначним, необхідні товари доступні для споживачів. Існують деякі проблеми з робочою силою, адже багато працівників звільнились через вимушений переїзд, а також участь у воєнних діях [3]. Під час воєнного стану «АТБ» не проводить ніяких акцій, головне завдання це вчасно доставити товар до споживача.

Оскільки не усі компанії на сьогодні припинили свою діяльність на російському ринку, можлива призупинка або відмова від реалізації в мережі «АТБ» товарів певних брендів (серед них Nestle, Danone, Chupa Chups та інші).

Отже, компанія «АТБ», як і більшість українських компаній постраждала від військових дій, але дана мережа має всі ресурси, щоб і далі залишатись лідером серед інших торговельних підприємств на ринку. За словами працівників компанії, мережа зазнала величезних збитків, які зараз важко оцінити, але це не змусить «АТБ» зупинитися або зменшити обсяги діяльності. За 2,5 місяці війни мережа «АТБ» змінила систему доставки товарів, переформувала асортимент, почала співпрацювати з новими постачальниками та повністю пристосувала всі сфери діяльності до умов сьогодення. Про остаточні наслідки говорити поки рано, але все ж, зараз, «АТБ» працює, виконуючи свою основну соціальну місію — забезпечення споживачів продуктами харчування.

*Список використаних джерел:*

1. Офіційний сайт мережі «АТБ». URL: <https://www.atbmarket.com/uk> (дата звернення 05.05.2022)
2. Симоненко К. За законами воєнного часу: як мережа АТБ вибудовує нову систему забезпечення українців продуктами. URL: <https://rau.ua/dosvid/atb-sistemu-produktami/> (дата звернення 09.05.2022)
3. Шаповал К. Як працює АТБ під час війни. 2022. URL: <https://forbes.ua/inside/cherез-magazini-atb-shchodenno-prokhdilo-4-mln-pokuptsiv-chomu-kompaniya-ne-posipalas-vid-obstriliv-rosiyan-ta-transportnogo-kolapsu-intervyu-z-seo-borisom-markovim-29042022-5602> (дата звернення 06.05.2022)

**Svitlana Kosheliuk**

*Ivan Franko National University of Lviv*

*ksp190902@gmail.com*

### **MARKETING ACTIVITY OF TRADE ENTERPRISE OF "ATB" IS IN THE CONDITIONS OF MARTIAL LAW IN UKRAINE**

This paper discusses the impact of the war in Ukraine on the marketing activities of the «ATB» trading company. This study is relevant, because "ATB" is one of the largest Ukrainian companies, so the war has clearly made its adjustments in the marketing activities of this retail network

*Keywords:* commercial network, martial law, range of products

**Тетяна Крупка**

*Львівський національний університет імені Івана Франка  
tetyana.krupka2003@gmail.com*

## **ДО ПРОБЛЕМ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ В УМОВАХ РОСІЙСЬКОЇ ВІЙСЬКОВОЇ АГРЕСІЇ**

Війна є найбільшим потрясінням для економіки України, наслідком чого є втрата значної частки доходів бюджету у вигляді податкових надходжень, а також несприятлива зміна демографічних показників, загострення проблеми зайнятості та падіння добробуту населення. З початку вторгнення росії на територію України багато українців були змушені покинути рідні міста та переїхати у відносно спокійні регіони України чи за кордон, а частина з них втратили свою роботу. За результатами опитування соціологічної групи "Рейтинг", лише 22% українців працюють за звичним для них графіком, 21% з них продовжують працювати віддалено чи у неповний робочий день, а тільки 2% громадян змогли знайти нове місце праці [1]. Вищезазначене актуалізує питання працевлаштування населення України в умовах воєнного стану.

Відповідно до статті 42–44 Конституції України, під час воєнного стану у громадян залишається право на працю, безпечні її умови, належну зарплату та задоволення однакових можливостей у виборі трудової діяльності. У випадку, якщо неможливо працювати дистанційно, із гнучким графіком чи іншими способами, роботодавець повинен надати своїм працівникам оплачувану відпустку чи без збереження зарплати, що визначено Законом України «Про відпустки». За умови неможливості ведення підприємством господарської діяльності, оголошується простій або ж тимчасове звільнення працівника, за збереження з ним трудових відносин [3].

Ринок праці в Україні з 24 лютого 2022 р. демонстрував мінливу динаміку. За даними Work.ua ще 22 лютого 2022 року кількість резюме на цьому сайті з пошуку роботи становила 19 609, а вже 1 березня цей показник зменшився до 4 302, проте у березні 2021 року становив 20 907. За деякий час відбулося зростання кількості охочих працювати, та вже 29 березня на сайті зафіксували протягом одного тижня 12 822 резюме. Тобто, кількість оновлених резюме на початку війни знизилася приблизно в 4,6 рази, проте пізніше ця цифра зросла майже у три рази [2]. Низький рівень охочих шукати роботу спочатку можна охарактеризувати високим рівнем стресу, а подальший рух пов'язаний із здатністю людей адаптуватися до нових умов.

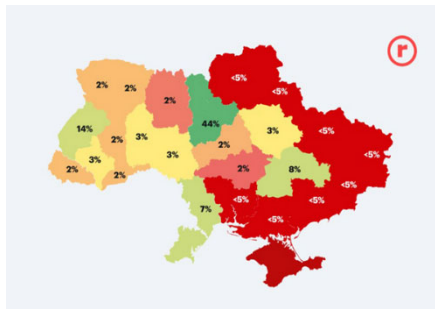
Аналогічні чинники вплинули і на роботодавців. Кількість вакансій за даними Work.ua сильно коливалася, з 16 до 22 лютого на сайті зафіксували 21 976 нових вакансій, вже у період із 23 лютого до 1 березня - 4 211, а протягом від 2 до 8 березня ситуація значно погіршилася – роботодавцями було оголошено лише 1 538 нових вакансій. В останній тиждень березня відбулася активізація ринку праці і з боку роботодавців - на сайті з'явилося 4 399 нових пропозицій [2].

Також з початком війни українці отримали багато можливостей виїхати за кордон та знайти роботу. Найбільшу кількість вакансій для українців зафіксували у Німеччині, Чехії, Румунії, Угорщині, Словаччині, Молдові, а перше місце серед країн за цим показником займає Польща. Зазвичай вакансії пов'язані із фізичною працею: будівельники, різноробочі на підприємства, водії, кухарі тощо. Зарплата в середньому становить 600 євро на місяць [5].

Найстабільнішими галузями в Україні у контексті рівня зайнятості виявилися ІТ-сфера, медицина, сільське господарство, сфера продажів, транспорт та логістика. Це пов'язане із можливістю працювати віддалено, перманентно стабільним попитом на сільськогосподарську продукцію, та зростаючим – на продукцію фармацевтичної галузі та ринку пасажирських та вантажних перевезень. Більшість фірм, які знаходяться у відносно спокійних регіонах, продовжили свою діяльність.

Зарплати за статистикою сайту Work.ua до 22.02.2022р. були у межах 14 052 грн - 14 568 грн. З початку вторгнення Росії цей показник підвищувався до 15 035 грн станом на 8 березня 2022 року, але пізніше зменшився до 13 736 грн 29 березня. Тобто, великих структурних змін у заробітній платі не відбулося [2].

На рисунку 1 зображено розподіл кількості вакансій станом на 50 день війни. Найбільше можливостей пропонує Київ, Київська область та Львів. Це зумовлено тим, що столиця починає відновлювати свою діяльність та бізнес-активність, як і було до воєнного стану, а, наприклад, Львів став гуманітарним осередком України, тому тут була велика кількість вакансій зі сфери логістики, вантажу, складського спрямування тощо [4].



**Рис.1. Карта структури вакансій за кількістю на 50 день війни**

Війна обумовила нестабільність соціально-економічного розвитку регіонів держави. Так, за прогнозами світового банку в Україні у 2022 році через війну чисельність бідних людей збільшиться до 70% , в порівнянні з 18% до 24 лютого. Бідність визначається як щоденна купівельна спроможність від \$5,50 до \$13 на одну людину. За словами адміністратора ПРООН Ахіма Штайнера, загострення воєнної ситуації призведе до того, що до 90% людей опиняться за межею бідності, тобто їх купівельна спроможність становитиме менше \$2 щодня, або опиняться у зоні ризику досягти цього рівня [4].

Через воєнні дії у суспільстві зріс рівень соціально незахищених людей. Важливим кроком у вирішенні гострих питань є розвиток соціальних підприємств, що допоможе цій категорії людей адаптуватися до нових умов. Головною метою такого виду бізнесу є не отримання прибутку, а вирішення проблем та допомога іншим.

Збільшення кількості ефективних соціальних підприємств сприятиме зменшенню соціальної напруги у суспільстві, а також позитивно впливатиме на економічний розвиток країни.

Після війни відновлення національної економіки має здійснюватися через низку особливих програм та спеціальних заходів шляхом перебудови господарської діяльності країни, відновлення промисловості, сільського господарства, виробничої та соціальної інфраструктури, тим самим забезпечуючи достатньою кількістю робочих місць в країні. Прикладом може слугувати розвиток економіки Південної Кореї після війни. Уряд залучав іноземні інвестиції, намагався збільшувати обсяг експорту, розвивати інфраструктуру та індустріалізацію економіки. Тут діяла система п'ятирічних економічних планів. Уряду вдалося імплементувати

політику щодо розвитку ключових галузей промисловості, зменшення рівня безробіття, зростання рівня експорту, а тим самим підвищився рівень зайнятості та добробуту громадян загалом [6, с. 187-192].

Отже, війна негативно вплинула на ринок праці та економіку України. Проте існують галузі, які демонструють стабільний попит на робочу силу : медицина, логістика, ІТ. У перші тижні російської військової агресії спостерігалось істотне скорочення активності як з боку попиту, так і пропозиції праці. Проте з часом збільшилася кількість вакансій та оновлених резюме, що вказує на здатність різних суб'єктів ринку пристосовуватися до нових умов. Також уряду необхідно розробляти систему заходів для швидкої відбудови України та прискореного розвитку її економіки, опираючись на ефективний повоєнний досвід інших країн, передусім Німеччини, Японії та Південної Кореї.

*Список використаних джерел:*

1. Серед українців, які мали роботу до війни, 53% нині не працюють – соціологи. Суспільне новини [Електронний ресурс] - 2022 - Режим доступу : <https://www.radiosvoboda.org/a/news-bezrobittia-viyna-opytuvannia/31766770.html> (дата звернення: 16.05.22) – Назва з екрану.
2. Аналітика ринку праці до та під час війни. Громадський простір [Електронний ресурс]– 2022. – Режим доступу: <https://www.prostir.ua/?news=analitika-rynku-pratsi-do-ta-pid-chas-vijny-chas-rynku-shukacha-skinchuyvysya> (дата звернення: 16.05.22) – Назва з екрану.
3. Робота під час війни: заробітна плата, робоче місце, гарантії, відповідальність, державна підтримка. Українська Гельсінська спілка з прав людини [Електронний ресурс] - 2022. - Режим доступу: <https://helsinki.org.ua/articles/robo-ta-pid-chas-viyny-zarobitna-plata-roboche-mistse-harantii-vidpovidalnist-derzhavna-pidtrymka/> (дата звернення: 16.05.22) – Назва з екрану.
4. Як змінився ринок праці за 50 днів війни. Спільнота кадровиків і фахівців з управління персоналом [Електронний ресурс] - 2022. - Режим доступу:<https://hrliga.com/index.php?module=news&op=view&id=24088> (дата звернення: 16.05.22) – Назва з екрану.
5. Ринок праці в умовах війни. Суспільне новини [Електронний ресурс] - 2022. - Режим доступу: <https://suspilne.media/227295-rinok-praci-v-umovah-vijni-kogo-sukaut-robotodavci-v-ukraini-ta-so-proponuu-za-kordonom/> (дата звернення: 16.05.22) – Назва з екрану.
6. Костьов'ят, Г. І., Куриліна, О. В., Гавриленко, А. С. Шляхи відновлення національної економіки в умовах воєнного стану / Видавнича група «Наукові перспективи». – 2022 - с. 187-192.

**Krupka Tetiana**

*Ivan Franko National University of Lviv*

**ON THE PROBLEMS OF FUNCTIONING OF THE LABOR MARKET OF UKRAINE IN THE CONDITIONS OF RUSSIAN MILITARY AGGRESSION**

This work is devoted to the study of the labor market in Ukraine during the war. The labor market has changed: initially it showed a negative trend, and with the adaptation of people to new conditions, positive changes have taken place. The largest number of vacancies are offered by employers from Lviv and Kyiv. Many areas of Ukraine's economy have suffered, but the IT industry, medicine, and logistics continue to grow. The government also needs to develop a system of measures for post-war development, taking into account the experience of other countries. In addition, entrepreneurs should develop social entrepreneurship, because in this way society will cope more quickly with acute issues.

Keywords : labor market, russian aggression, employment, social entrepreneurship.

Галина Кузін

Львівський національний університет імені Івана Франка, УКРАЇНА, м. Львів, просп. Свободи, 18  
galinakuzin20@gmail.com

## СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ФАКТОРИНГУ В УКРАЇНІ

Сучасний стан вітчизняної економіки, посилення інфляційних процесів, зростання економічної нестабільності, а також збільшення проблем несплати платежів і недостатності оборотних коштів підприємств зумовили необхідність пошуку нових напрямів прибуткового і безпечного використання грошових ресурсів фінансовими установами країни. Одним із напрямів вирішення даних проблем стає широке використання факторингу: у 2021 році банки активізували факторингові операції після падіння ринку в 2020 році. Війна призупинила стрімкий розвиток ринку факторингу, але саме він може стати одним із пріоритетних напрямків розвитку фінансових послуг на найближчий період, особливо під час відновлення економіки після війни.

Отже, факторинг - це фінансування поставок із відстроченням платежу, страхування ризиків, пов'язаних із відстроченням платежу, а також управління дебіторською заборгованістю [4, ст.110]; фінансова операція, за якою одна сторона (фактор) передає або зобов'язується передати грошові кошти в розпорядження іншої сторони (клієнта) за плату, а клієнт поступається або зобов'язується поступитися фактору своїм правом грошової вимоги до третьої особи (боржника) [2].

Таким чином факторингова послуга здійснюється за принципами [6]:

1. Підприємство поставляє товар покупцеві на умовах відстрочення платежу (від 4 до 90 днів), а право вимоги боргу з поставки відступає фактору (банку або небанківській установі).

2. Фактор виплачує постачальникові близько 90 % вартості товару відразу після поставки, а решту 10 % за вирахуванням комісії - після оплати товару покупцем.

3. Дебітор при настанні строку платежу сплачує фактору суму заборгованості з поставки.

Факторинг за своєю природою схожий із кредитуванням дебіторської заборгованості, але на відміну від другого, факторинг не передбачає застави.

Факторинг сприяє ефективнішій діяльності суб'єктів господарювання та їх розвитку, адже дає змогу компанії пропонувати клієнтам вигідні умови оплати (товарний кредит), підвищити обсяги продажів, ліквідність балансу, прискорити оборотність активів, поповнити оборотний капітал та уникнути касових розривів.

Протягом останніх років український ринок факторингу демонструє динамічне зростання. Загальний портфель банківського факторингу на кінець 2021 року становив 6,2 млрд грн. За 2021 рік обсяг зріс на 2,5 млрд грн, приріст склав 67% [5].

Рисою українського ринку класичного факторингу є високий рівень концентрації - близько половини факторингового фінансування в Україні надає один банк - Перший Український Міжнародний Банк (ПУМБ). Частка цього банку на ринку склала 56% на початку 2022 року. На другому місці Банк Восток - 571 млн грн і частка ринку 9 %, ТАСкомбанк - майже 400 млн грн із часткою 6%, ОТП Банк і Райффайзен Банк - по 300 млн грн із частками 5%. Решту 19% ринку факторингу займають небанківські фінансові установи.

Під час війни обсяги надання факторингу впали. Зокрема, це підтверджується банком ПУМБ [1]: на кінець I кварталу портфель факторингу зменшився по всій системі на 1 млрд грн, або 17%, а портфель банку знизився майже на 18%. Якщо наприкінці 2021 року банк видавав 1,5 млрд грн на місяць, то в квітні 2022 року цей обсяг фінансування склав лише 700 млн грн.

Але існують значні перспективи використання факторингу після війни задля відновлення економіки. Клієнти факторингу - це середній і великий бізнес, який фактично є джерелом процесів відновлення економічного середовища. Також факторинг цікавий підприємствам будь-якої галузі, де є відстрочення платежу. Серед постачальників факторингом більше користуються торговці - 46%. Частка виробників на цьому ринку - 24%, частка компаній, які надають послуги, - 12%.

Зараз уряд інтенсивно працює над тим, щоб підтримати усі торговельні мережі та підприємства, а саме три головні сегменти: торгівля, сільське господарство і виробництво. І тому в цих програмах відновлення економіки факторинг може стати суттєвою ланкою, адже він є важливим сегментом фінансового сектору, який дає змогу розширити доступ до фінансових ресурсів компаніям, а відтак може прискорити економічне зростання країни. Використання факторингу є швидким способом отримати фінансування, що необхідне для безперервного здійснення господарської діяльності.

До основних переваг факторингу належать [3]:

- забезпечення фінансової ліквідності;
- прискорення обігу капіталу;
- гармонізація темпів погашення заборгованості;
- зниження рівня заборгованості за кредитами.

Нині факторинг завойовує щоразу стійкіші позиції на вітчизняному грошовому ринку. Однак, зараз не багато українських підприємств використовують в управлінні вже існуючою дебіторською заборгованістю факторинг. Якщо до війни бізнес працював із відстроченням платежу, то зараз багато постачальників відмовляються постачати продукцію з відстроченням платежу, а навпаки - вимагають передоплати. Їх можна зрозуміти - зараз, як ніколи, треба зберегти свою ліквідність. І в такому випадку факторинг - це досить дієвий механізм, щоб відновити оборотний капітал компанії.

Застосування факторингу дуже актуально в наш час, адже пандемія COVID-19 ускладнила економічну ситуацію, коли в періоди протиепідемічних заходів не працювали сотні тисяч підприємств, а війна фактично її погіршила, оскільки через військову агресію торгові мережі і виробничі компанії втратили значну кількість своїх складів, магазинів, готової продукції. Натомість факторинг став ефективним рішенням, щоб підтримати усі види бізнесу. В умовах браку коштів та обмежених можливостей клієнтів погасити заборгованість за отримані товари, факторинг стає реальною альтернативою банківському кредитуванню та може перетворитися на надійний інструмент фінансування збуту продукції, а також підтримки інвестиційної діяльності підприємств.

Список використаних джерел:

1. Війна боляче вдарила по факторингу. Фінансовий клуб. 6 травня 2022 р. URL: <https://finclub.net/ua/news/viina-boliache-vdaryla-po-factorynhu.html>
2. МінФін: Що потрібно знати про факторинг. URL: <https://minfin.com.ua/ua/2020/08/20/50859497/>
3. НБУ: Майбутнє регулювання ринку факторингу URL: [https://bank.gov.ua/admin\\_uploads/article/White\\_paper\\_factoring\\_2020.pdf?v=4](https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/White_paper_factoring_2020.pdf?v=4)
4. Склеповий Є. В. Ринок факторингових послуг в Україні. Фінанси України. - 2015, с.115
5. Факторинг переживав бум до війни. Фінансовий клуб. 6 травня 2022. URL: <https://finclub.net/ua/news/factorynh-perezhyvav-bum-do-viiny.html>
6. Факторинг як різновид комерційного кредиту. URL: <https://sci.house/osnovyi-finsanov-scibook/factoring-yak-riznovid-komertsynogo-105632.html>

**Halyna Kuzin**

*Ivan Franko National University of Lviv  
Ukraine, Lviv, Prospekt Svobody, 18*

STATE AND PROSPECTS OF FACTORING MARKET DEVELOPMENT IN UKRAINE

This article is devoted to the study of the nature of factoring, its advantages over other financial instruments and its features, which make it possible to minimize the risks associated with the company that repayment of receivables. The purpose of scientific problem is an assessment of the current state of factoring in Ukraine, its trends, causes and consequences of macroeconomic imbalances.

*Keywords:* factoring, financial instruments, factor, development, prospects, advantages and disadvantages.

Олександр Кузан

Львівський національний університет імені Івана Франка  
skskuzan@gmail.com

## ПОНЯТТЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ГРОШОВО-КРЕДИТНОГО РЕГУЛЮВАННЯ В УМОВАХ ВІЙНИ В УКРАЇНІ

Підходи до формування монетарної політики завжди були причиною дискусій серед українських вчених. Тематику грошово-кредитного регулювання можна зустріти у роботах таких економістів, як А. Гриценко, Т. Кричевська, О. Петрик, С. Ніколайчук та інших. Коли йдеться про грошово-кредитне регулювання, більшість вищезгаданих вчених визначають за мету своєї наукової діяльності пошук шляхів до підвищення ефективності монетарної політики в Україні. У світлі подій, спричинених збройною агресією росії щодо України, питання ефективності монетарного регулювання постає ще гостріше. Окрім цього, війна в Україні змушує переглянути навіть саму роль грошово-кредитного регулювання.

У довоєнні часи завдання Національного Банку України полягали у забезпеченні стабільності національної грошової одиниці, а також макроекономічної стабільності. Актуальними тоді були новокейнсіанські та неокласичні ідеї про ефективність ринкових механізмів за умови оптимального рівня втручання держави.

Класичні підходи до оцінки ефективності монетарної політики передбачають припущення, що кількість грошей в економіці не впливає на жоден із аспектів економіки, окрім рівня цін. Збільшення пропозиції грошей призводить до підвищення рівня цін, але реальний дохід, процентна ставка та рівень реальної економічної активності залишаються незмінними. Відповідно, головна функція грошей – виконувати роль засобу обігу за певним курсом між кількістю товарів та кількістю грошей. Такий зв'язок між грошима та рівнем цін пояснюється з точки зору кількісної теорії грошей. Класична кількісна теорія грошей стверджує, що рівень цін є функцією пропозиції грошей. Алгебраїчно:

$$MV=PY,$$

де  $M$ ,  $V$ ,  $P$  і  $Y$  – відповідно, пропозиція грошей, швидкість обігу грошей, рівень цін і реальний випуск.

Якщо припустити, що  $V$  (швидкість обігу грошей) і  $Y$  (загальний випуск) є постійними, то зміна пропозиції грошей ( $M$ ) викличе пропорційну зміну рівня цін ( $P$ ). Саме цей принцип ліг в основу підходів класичної школи до грошово-кредитного регулювання. Основна ідея була у тому, що можна збільшити пропозицію грошей, враховуючи швидкість обігу грошей і рівень реального виробництва, що призведе до зростання рівня цін. Таке зростання, в свою чергу, простимулює зменшення реальної заробітної плати і підвищення рівня зайнятості, що і було головною метою при такій монетарній політиці.

Неокласичні теорії передбачають також врахування поведінкових особливостей людей та інших ринкових механізмів, проте попри постійний розвиток класичної теорії, її використання у реальних умовах в Україні не було дієвим навіть у довоєнний час. Причин для цього багато, як наприклад непрямий характер зв'язку між пропозицією грошей та рівнем цін, недосконалість ринкових механізмів в Україні та недоцільність обрання максимізації рівня зайнятості для головної мети монетарної політики довоєнної України.

Набагато ближчою для України в її мирні часи була новокейнсіанська модель грошово-кредитного регулювання. У кейнсіанському аналізі монетарна політика відіграє вирішальну роль у регулюванні економічної активності. Припускається, що зміною пропозиції грошей можна вплинути на процентну ставку, сукупний попит, рівень зайнятості, обсяг виробництва та доходу. Наприклад, найефективнішим методом боротьби із безробіттям в кейнсіанській моделі є проведення політики дешевих грошей. Відповідно, у випадку збільшення пропозиції грошей, це в першу чергу впливає на процентну ставку, яка має тенденцію до зниження. Враховуючи граничну ефективність капіталу, падіння процентної ставки збільшить інвестиції. Збільшення обсягів інвестицій, в свою чергу, підвищить платоспроможний попит за допомогою ефекту мультиплікатора, тим самим збільшуючи обсяги виробництва та зайнятості. Оскільки ефект масштабу залишається незмінним, ціни не зростають зі збільшенням виробництва, а обсяг виробництва та зайнятості зростатимуть в тій самій пропорції, що й платоспроможний попит і пропозиція грошей.

Процентна ставка – це своєрідне представлення вартості грошей, а отже її рівень повинен відповідати точці рівноваги попиту та пропозиції грошей. Таким чином, зміна пропозиції грошей впливатиме на процентну ставку. Пропозиція грошей визначається монетарним органом і зазвичай фіксується в короткостроковому періоді. Також можна вважати, що попит на гроші є спадною функцією від процентної ставки, оскільки купівля облігацій, які здатні приносити відсотковий дохід, є альтернативною дією до зберігання грошей в готівці. Чим вища відсоткова ставка, тим нижчий попит на гроші, і навпаки. Цей негативний зв'язок між попитом на гроші та ставкою відсотка забезпечує зв'язок між змінами пропозиції грошей і рівнем економічної активності.

Грошово-кредитне регулювання в Україні у довоєнні часи часто керувалося вищезгаданими принципами, проте не обмежувалося ними. Такий підхід дозволяв Україні досягати головної мети своєї монетарної політики, а саме – забезпечувати макроекономічну стабільність. Проте у військовий час очевидно стає необхідність змін у монетарній політиці держави.

Головною метою монетарної політики у військовий час є комплекс завдань із збереження ліквідності країни, запобігання відтоку іноземного капіталу та зменшенню чистого експорту. У зв'язку з цим повинні змінюватися також і підходи до грошово-кредитної політики України. НБУ у перші дні війни зафіксував курс валют, обмежив операції, що пов'язані з переказами коштів у валюті та на рахунки в іноземних банках. Також було введено максимальну ціну для валюти, що реалізується у банках та обмежено дозволений до реалізації обсяг валюти на рівні обсягу, що був викуплений в даному періоді.

Цікавий підхід також застосовано Національним Банком України до емісії грошей та механізму введення цих нових коштів в економіку. Механізм передбачає такий порядок дій: *емісія коштів – викуп військових облігацій за рахунок даних коштів – здійснення виплат військовослужбовцям ЗСУ, що приймають участь у бойових діях за рахунок грошей, залучених облігаціями.*

Таким чином емітовані кошти знаходяться на недепозитних рахунках військовослужбовців України у державних банках. певну частину таких коштів відразу після отримання військовослужбовці переказують своїм рідним, проте більша частина грошей залишається на рахунках військових до їх демобілізації. У зв'язку з незалученням значної частини емітованих коштів у процес банківської мультиплікації, така емісія не матиме значних наслідків у інфляційних процесах в короткостроковій перспективі. Відчутні зміни у темпах інфляції, що викликані таким процесом емісії коштів, матимуть місце лише після повернення більшості військовослужбовців до активної фінансової діяльності, що ймовірно відбудеться після завершення війни в Україні.

Комплекс сьогоденних підходів НБУ до здійснення монетарної політики – це ефективна та гнучка система новокейнсіанських та окремих неокласичних методів грошово-кредитного регулювання, яка здатна забезпечити необхідний для військового часу рівень макроекономічної стабільності.

Список використаних джерел:

1. Макконнелл Кемпбел Р., Брю Стенлі Л. Макроекономіка – Львів: Просвіта, 1997. – С. 316-339.
2. Манків Г.Н. Макроекономіка. – К.: Основи, 2000. – 578с.
3. Niehans J. Classical Monetary Theory, New and Old / Jürg Niehans. // Journal of Money, Credit and Banking. – 1987.



**Kuzan Oleksandr**

*Ivan Franko National University of Lviv*

«MONETARY POLICY EFFICIENCY IN UKRAINE DURING WARTIME»

Due to the events caused by Russia's armed aggression against Ukraine, the problem of the effectiveness of monetary regulation becomes extremely requested between Ukrainians. In addition to that, the war in Ukraine could be even a reason to reconsider the very role of monetary regulation.

Current text contains review of Classical and Keynesian views on monetary policy, analysis of monetary regulation principals in Ukraine before war and suggestions about ways to transform monetary policy in order to war needs.

Олена Кулеба

Львівський національний університет імені Івана Франка  
olenka.kuleba@gmail.com

## ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Інноваційна активність та інноваційна діяльність промислових підприємств вже давно є об'єктом статистичних спостережень та статистичного аналізу на рівні держави, здійснення яких вимагає від підприємств ведення так званого статистичного обліку та складання статистичної звітності.

**Інноваційна діяльність, як об'єкт статистичного вивчення.** Інноваційна діяльність — вид діяльності, пов'язаний із трансформацією наукових досліджень і розробок, інших науково-технологічних досягнень у новий чи покращений продукт введений на ринок, в оновлений чи вдосконалений технологічний процес, що використовується у практичній діяльності, чи новий підхід до реалізації соціальних послуг, їх адаптацію до актуальних вимог суспільства.

Інноваційний розвиток підприємства часто пов'язують з інноваційною діяльністю, як одним із його ключових чинників та складових, тому і статистичну оцінку інноваційного розвитку здійснюють саме на основі показників інноваційної діяльності та активності підприємства. Проте, розвиток підприємства може відбуватися не лише за умови провадження ним інноваційної діяльності, та, навпаки, інноваційна діяльність, враховуючи ризики, що їй властиві, не завжди призводить до розвитку. Отже, аналіз інноваційного розвитку підприємства має фокусуватись в двох напрямках: аналіз власне розвитку та аналіз ознак його інноваційності – інноваційної активності та інноваційного потенціалу. А інноваційний розвиток підприємства, з точки зору аналізу, слід розглядати як позитивні якісні зміни стану підприємства (що знаходять відображення в підвищенні ефективності діяльності, покращенні фінансового стану, зростанні ринкової вартості тощо) в результаті здійснення інноваційної діяльності та ефективного використання інноваційного потенціалу.

**Статистичне вивчення інноваційної діяльності промислових підприємств України.** У теперішньому часі існує ціла низка міжнародних індексів, які враховують індикатори інноваційної діяльності у побудові рейтингів країн і регіонів. Вони дозволяють оцінити тенденції і сучасний стан розвитку інноваційної діяльності в Україні порівняно з іншими державами. Серед таких інтегральних оцінок: Індекс глобальної конкурентоспроможності, Індекс інноваційного розвитку за Bloomberg, Глобальний індекс інновацій, Європейське інноваційне табло.

В аналітичній довідці Міністерства освіти і науки України, яка присвячена вивченню інноваційної діяльності та трансферу технологій, зазначено, що до сильних сторін країни можна віднести: створення знань і результати наукових досліджень, співвідношення патентів за походженням до ВВП за паритетом купівельної спроможності, співвідношення корисних моделей за походженням до ВВП за паритетом купівельної спроможності, витрати на комп'ютерне програмне забезпечення у відсотках до валового ВВП, експорт інформаційно-комунікаційних послуг у відсотках загального обсягу торгівлі. За даними Держстату продукція сектору інформаційних технологій становила більше ніж 3 відсотки ВВП, а сукупний дохід галузі - більше ніж 3,5 млрд. доларів США, що співставно з обсягами продукції високотехнологічного сектору.

**Джерела фінансування інноваційної діяльності.** Основним джерелом фінансування інновацій в Україні протягом 2000 – 2019 рр. залишаються власні кошти підприємств, частка яких зростає за цей період з 79,6 % до 87,7 % загального обсягу витрат на інновації. Фінансування інноваційної діяльності з державного бюджету за досліджуваний період здійснювалося лише на рівні 1 – 5 %, що вказує на обмежені можливості підтримки державою інноваційної діяльності.

**Напрями стимулювання інноваційної діяльності промислових підприємств України.** Інноваційна діяльність в Україні є помітно менш розвинутою ніж у передових державах Європи та світу. Тому постає запитання, чи використовує наша держава спеціальні механізми для стимулювання інноваційної діяльності, та чи є ці засоби ефективними. Вивчення досвіду розвинених країн дозволить обрати максимально ефективні механізми державного стимулювання інновацій. Оскільки, на території України ведеться повномасштабна війна від 24 лютого 2022 року, гарним прикладом для стимулювання інноваційної діяльності під час воєнних дій може бути країна Ізраїль.

Уряд Ізраїлю прийняв багатосторонній підхід до розвитку індустрії інновацій і технологій «The development of the innovation and technology» (надалі - "I&T") в країні. Це включає, серед іншого, створення конкретних державних органів для просування галузі, програми стимулювання, що пропонуються для стимулювання промислових досліджень і розробок, залучення приватного сектора та підтримки іммігрантів та вчених-резидентів, що повертаються.

На початку 2016 року уряд Ізраїлю заснував незалежну державну організацію – Управління інновацій Ізраїлю «The Israel Innovation Authority» (далі - "ІА") – для сприяння розвитку індустрії I&T в Ізраїлі. Підприємство також відповідає за створення та зміцнення інфраструктури та структури, необхідні для підтримки галузі I&T. Створення ІА пов'язане з визнанням урядом Ізраїлю необхідності швидкої та ефективно протистояти швидкозмінюваним потребам і викликам, які стоять перед індустрією I&T. Таким чином, ІА має мінімальні обмеження та більшу потужність та гнучкість, щоб забезпечити швидке реагування. Це дозволяє впроваджувати нові креативні кредитні програми, гарантії, фонди та фінансові інструменти.

ІА включає шість інноваційних підрозділів, а саме: (а) Відділ стартапів; (б) Відділ зростання; (с) Відділ технологічної інфраструктури; (d) Відділ передового виробництва; (e) Відділ міжнародного співробітництва; (f) Відділ суспільних проблем.

Ці підрозділи відповідають за управління програмами підтримки, які відповідають потребам бізнесу конкретних цільових груп підприємств і компаній.

*Список використаних джерел: :*

1. ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ, Поняття і види інноваційної діяльності. URL:[https://pidru4niki.com/84363/ ekonomika/innovatsiyuna\\_diyalnist](https://pidru4niki.com/84363/ekonomika/innovatsiyuna_diyalnist)
2. Михайленко, Данчук «ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА»
3. Стан інноваційної діяльності та діяльності у сфері трансферу технологій в Україні у 2017 році : аналітична довідка / Т. В. Писаренко, Т. К. Кваша та ін. Київ : Укр ІНТЕІ, 2018. 98 с
4. Research Office Legislative Council Secretariat «Innovation and technology industry in Israel»
5. Держстат України, статистичний збірник «Наукова та інноваційна діяльність України»

Olena Kuleba

Ivan Franko National University of Lviv

INNOVATION ACTIVITY OF INDUSTRIAL ENTERPRISES OF UKRAINE

Innovative activity as an object of statistical study. Statistical study of innovative activity of industrial enterprises of Ukraine. Sources of funding for innovation. Directions for stimulating innovative activity of industrial enterprises of Ukraine.

**Keywords:** Innovation activity, stimulating, industrial enterprises, condition, The development of the innovation and technology

**Юрій Кулеба**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*  
*kulebayra@gmail.com*

## **АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА СТУПЕНЮ РОЗВИТКУ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА В УКРАЇНІ**

Громадянське суспільство є невід'ємною складовою будь-якої демократичної держави. В Україні створена законодавча база, яка забезпечує дотримання принципу відкритості та прозорості у діяльності органів влади та держави в цілому, що створює необхідні передумови для розвитку громадянського суспільства. Проте, самі закони можуть мати певні недоліки або прогалини, що може мати негативний вплив.

Для визначення ступеню розвитку громадянського суспільства використовують «Індекс сталості розвитку громадянського суспільства» (CSOSI), який служить для оцінки міцності та загальної життєздатності сектору організацій громадянського суспільства (ОГС). Аналіз показника проводиться щорічно включаючи за сімома вимірами. Індекс підкреслює як сильні, так і слабкі сторони розвитку організацій громадянського суспільства, обчислюється в географічній та часовій площині.

У 2020 році в Україні всупереч ряду негативних чинників, таких як пандемія коронавірусу, відставка уряду в Україні, продовження війни на сході показники CSOSI майже досягають рівня високої стійкості, що свідчить про підтримку позитивних тенденцій протягом останніх 20-ти років. За збереження або покращення рушійних сил можливе збільшення до високого рівня стійкості. Результати міжнародних порівнянь свідчать, що Україна демонструє хороші результати, які притаманні країнам центральної та східної Європи.

Важливим показником який потребує покращення є індекс корупції, оскільки, саме це показник є одним з важливих, який може демонструвати волю та інтереси органів влади у боротьбі з таким явищем як корупція та довіру населення до відкритості органів державної влади чи громадських організацій.

Україна наближає розвиток громадянського суспільства до рівня Європейських країн і згідно проведених оцінок рухається у правильному напрямку, проте за умови, що дана тенденція існуватиме і надалі. Для цього Україні потрібно продовжити запроваджувати європейські традиції громадянського суспільства та переймати досвід в сфері відкритості діяльності державних органів від інших демократично-розвинутих країн, забезпечити засоби боротьби з явищами, які сповільнюють розвиток, а також порядок розподілу коштів для фінансової підтримки різних програм та проєктів інститутів громадянського суспільства, здійснювати моніторинг та оцінку відповідних проєктів і заходів.

*Список використаних джерел:*

1. Corruption Perceptions Index // Transparency International – URL: [https://www.transparency.org/en/cpi/2021?gclid=Cj0KCQjwyMiTBhDKARIsAAJ-9VvFkc4c1AIPdf5eLeVws0uQltETiqPoJGsLK1swXzGAA3JsiNFTIN0aAu6UEALw\\_wcB](https://www.transparency.org/en/cpi/2021?gclid=Cj0KCQjwyMiTBhDKARIsAAJ-9VvFkc4c1AIPdf5eLeVws0uQltETiqPoJGsLK1swXzGAA3JsiNFTIN0aAu6UEALw_wcB) (дата звернення: 19.04.2022).
2. Індекс сталості організацій громадянського суспільства CSOSI – 2017–2021 – URL: <http://www.ucipr.org.ua/ua/holovna/proiekt/ndeks-stalost-organ-zac-y-gromadyanskogo-susp-lstva> (дата звернення: 12.04.2022).
3. Антонова С. Є., Корбутяк В. І. Моніторинг дотримання принципів прозорості та відкритості у діяльності органів влади в Україні. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2020. № 10. – URL: [http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/10\\_2020/36.pdf](http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/10_2020/36.pdf) (дата звернення: 02.04.2022).
4. Характеристика громадських формувань як інститутів громадянського суспільства // Роз'яснення Міністерства юстиції України від 24.01.2011 – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/n0016323-11#Text> (дата звернення: 25.03.2022).

**Yurii Kuleba**

*Ivan Franko National University of Lviv*

### **ANALYTICAL ASSESSMENT OF THE DEGREE OF DEVELOPMENT OF CIVIL SOCIETY IN UKRAINE**

This article assesses the degree of development of civil society in Ukraine. The development of civil society contributes to the improvement of interaction, as well as to the dialogue between the authorities and local self-government and the society itself, which also contributes to the development of a democratic society in the country.

У даній статі викладена оцінка ступеню розвитку громадянського суспільства в Україні. Розвиток громадянського суспільства сприяє покращенню взаємодії, а також забезпеченню діалогу між органами влади і місцевого самоврядування та самим суспільством, що сприяє також розвитку демократичного суспільства в країні.

*Keywords:* corruption, civil society, index, development, government

**Вікторія Кулик**  
Львівський національний університет імені Івана Франка  
vikkakulikk@gmail.com

## КУЛЬТУРНИЙ МАРКЕТИНГ В УКРАЇНІ

Культура у сучасному світі відіграє роль носія та зберігача народних традицій і цінностей, вона еволюціонує та проектує всі суспільні тенденції та зміни. Культурна спадщина є частиною нашого життя, її необхідно плекати, пам'ятати та поширювати. Задля розповсюдження важливості культурної обізнаності і використовують культурний маркетинг.

Для початку треба зрозуміти що таке культурний маркетинг і чому треба змінювати підхід до популяризації культури в Україні. Якщо об'єднати деякі положення щодо пояснення терміну «культурний маркетинг», то ми отримаємо наступне формулювання: маркетинг в сфері культури і мистецтва - це «мистецтво досягнення тих сегментів ринку, які найбільш ймовірно зацікавлені в даному продукті, адаптуючи до продукту комерційні змінні - ціну, місце і просування, - щоб встановити контакт продукту з достатнім числом споживачів і досягнути цілей, сумісних з місією організації культури» [1]. Тобто метою маркетингу у сфері культури є оптимізація відносин між культурними інституціями і відвідувачами та максимізація рівня задоволення їхніх потреб. Можна виокремити три найголовніші причини чому необхідно змінювати підхід до розповсюдження культури в українському суспільстві.

По-перше, українські культурні інститути мають змінити свою позицію на ринку. Вони повинні розглядатися не лише як вид освітньо-виховного процесу, а як різновид культурно-розважального збагачення. У сукупності конкуренція зі швидкозростаючим ринком розваг, низка економічних криз, а також соціальних і технологічних трендів призвели до того, що є можливість спостерігати переродження культурних інститутів як брендів. Є необхідним впровадження маркетингової стратегії задля підвищення потоку відвідувачів, підвищення рейтингу значущості у суспільстві, а також збільшення прибутку.

По-друге, культурні інститути відіграють не останню роль у сферах економіки і туризму у всьому світі. Але, водночас, багато з них перебувають на межі виживання, незважаючи на важливість і багатство їх культурної спадщини. При цьому ніхто не відмінює поняття конкуренції на ринку, навіть на культурному. «У Європі культурні установи мають більше розголосу тому біля них завжди натовпи відвідувачів і часто черги на вході. Як показує практика справа не завжди в культурній спадщині, як може здатися на перший погляд. Це результат чітко вибудованого бренду і маркетингової стратегії, в якій важливу роль відіграє айдентика» [2].

По-третє, існує потреба в збільшенні розуміння значення культури. «Було б корисно замислитися над сучасним станом культури в українському суспільстві, старатися пізнати її надбання та з'ясувати, як те духовне багатство ми можемо й повинні використати на благо нашого народу»[3].

Сформувавши ключові проблеми щодо підходу популяризації культури, можна окреслити можливі варіанти, що допоможуть пожевленню ситуації. Під час формулювання рішення важливим є розуміння того, що завдання культурного маркетингу це не поширення інформації про якийсь конкретний витвір мистецтва, а підвищення значущості культури загалом. Тобто позиціонування кожного культурного інституту як певного бренду, що має особливу концепцію. Щоб відвідувач картинної галереї прийшов не просто з метою споглянути на полотно з фарбами, а прийшов дізнатися про маленьку частинку історії, закарбованої на цьому полотні. Тож споживач купує не лише квиток, а певну концепцію відвідування. Задля формування цієї концепції культурний маркетинг використовує айдентіку бренду.

«Айдентика бренду – це сукупність візуальних складових компанії, які створені для того, щоб підвищити її впізнаваність, престиж і сформувати образ компанії в очах споживачів» [4]. Дослідження в галузі музейного брендингу показали, що брендинг і айдентика культурних інститутів допомагає сформувати у споживачів необхідні асоціації щодо їхніх продуктів, а також підвищити інтерес і лояльність. Тобто від того, як умовний театр або музей буде представлений візуально, залежить його популярність. «З її допомогою будь-який культурний інститут може вирішити відразу кілька завдань:

1. визначити свою позицію на ринку, показавши відмінності від інших представників індустрії;
2. створити бажаний образ інституту;
3. ідентифікувати власний культурний продукт з брендом, тим самим в разі збільшивши його впізнаваність» [2].

Айдентика бренду вже неодноразово була задіяна на українському ринку і при розумному її використанні показує позитивні результати. Розглядаючи сферу культурної діяльності, можна згадати приклад айдентики Одеського художнього музею. «У 2019 році українське маркетингове агентство Navas Ukraine створили айдентіку для Одеського художнього музею, яку в подальшому команда інтегрувала в усі свої комунікації. І навіть у період карантину вони продовжували активну роботу і проводили різні онлайн-активності – віртуальний тур виставками, прямі ефіри з екскурсіями і майстер-класами. Таким чином вони не тільки утримують відвідувачів, але і втягують їх у «карантинне» життя музею» [2].

Створюючи айдентіку, потрібно відразу враховувати, що вона буде використана і в онлайн- і в офлайн-каналах комунікації. Важливо розробити чіткі правила, які допоможуть структурувати всю візуальну комунікацію і створити єдиний, зрозумілий образ, що запам'ятовується. Айдентика повинна відображати цінності бренду і відповідати реаліям. Мова не про те, який візуальний стиль культурний інститут вибере для логотипу та фірмового стилю, і не про те, наскільки кардинально він зміниться після ребрендингу. Повертаємося до того, що айдентика, в першу чергу, виконує конкретні завдання і має передавати цінності.

Підсумовуючи, організації культури грають в суспільстві важливу роль. Практично всі інститути культури орієнтовані більше на продукт, ніж на ринок. Цим зумовлений особливий підхід до маркетингу, де продукт не просто змінна в маркетинговому комплексі, а значення існування організації, безвідносно до потреб ринку. Тому важливо правильно використовувати культурний маркетинг під час популяризації культурних організацій, розповідаючи про концепцію та цінність закладеної ідеї.

*Список використаних джерел:*

1. Атаманюк Д.В. Вступ. Сутність, мета і завдання маркетингового менеджменту соціально- культурної сфери. URL: <http://surl.li/byzqd> (дата звернення 11.05.2022).
2. Головачко М. Культурний маркетинг: як і навіщо змінювати візуальний образ театрів і музеїв. Як культурним інституціям залишатися в тренді. URL: <https://mind.ua/openmind/20211270-kulturnij-marketing-yak-i-navishcho-zminyuvati-vizualnij-obraz-teatriv-i-muzeviv> (дата звернення 11.05.2022).
3. Гузар Любомир Яке значення має культура для нашого життя?. Вісник Українська Правда. URL: <https://www.pravda.com.ua/columns/2015/03/23/7062428/> (дата звернення 11.05.2022).
4. Стахова О. Айдентика: що таке айдентика бренду та як її створити. URL: <https://lanet.click/aidentyka-brendu/> (дата звернення 11.05.2022).

**Kulyk Victoriia**

*Ivan Franko National University of Lviv*  
**CULTURAL MARKETING IN UKRAINE**

The publication raises the issue of popularization of cultural institutions in Ukraine. The article considers the social and economic reasons why it is necessary to change the approach to the dissemination of Ukrainian culture, as well as possible options to promote the popularity of cultural organizations. It was found that it is necessary to change the concept and position of cultural institutions in the Ukrainian market and promote their competition in the world. This can be facilitated through the introduction of cultural marketing and its tools. The importance of introduction of cultural marketing and identity in the field of culture is analyzed and identified what problems they will be able to solve.

*Keywords:* culture, cultural marketing, identity, cultural organization, concept, cultural institution, brand, popularization, position, dissemination.

**Марія Купчак**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*

## **СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ КРЕДИТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ**

Кредитна діяльність банку є одним із основоположних критеріїв, який відрізняє його від небанківських установ. У світовій практиці саме з кредитуванням пов'язана значна частина прибутку банку. Водночас кредитування є однією з найризикованіших операцій. Це пояснюється як самою природою кредиту, так і тим, що ця операція посідає чільне місце в балансах більшості банків [2]. Існує багато трактувань та визначень поняття "кредитної діяльності", одне із найпоширеніших і найвужчих є те, що кредитна діяльність банку – це діяльність, спрямована на надання коштів позичальникам у тимчасове користування на певних умовах для отримання прибутку [1]. Проте для того, щоб чітко зрозуміти ширшу сутність та зміст кредитної діяльності необхідно дослідити насамперед суб'єкти, принципи та ознаки кредитних відносин.

Основними суб'єктами кредитної діяльності є кредитор та позичальники. Кредитор – це особа, яка володіє вільними коштами і передає їх у тимчасове користування іншому суб'єкту кредитних відносин. Кредиторами можуть бути фізичні особи, юридичні особи (підприємства, організації, установи, урядові структури тощо), держава. Особливе місце серед кредиторів посідають банки, які спочатку мобілізують кошти у своїх клієнтів, а потім самі надають їх у позички своїм клієнтам. Позичальники – це учасники кредитних відносин, які мають потребу в додаткових коштах і отримують їх у тимчасове користування від кредитора із зобов'язанням повернути основну суми заборгованості та процентів за користування коштами. Об'єкт кредитної діяльності залежить від виду кредиту (іпотечний, споживчий комерційний, і тд), але загалом – це кредитні відносини, що виникають між суб'єктами кредитування та безпосередньо цінність, яка передається в позичку одним суб'єктом іншому.

Кредитній діяльності притаманні певні ознаки. Серед таких ознак можна визначити ознаки економічного, правового, соціального та комерційного характеру. Ознака економічного характеру характеризується наявністю вільних коштів у суб'єктах господарювання, організації та громадян та наявністю ринку кредитних послуг [2]. Наявність законодавчо-правових норм, внутрішніх документів банку, які регулюють кредитну діяльність і наявність правових засобів захисту суб'єктів ринку кредитних послуг розкриваються у правовій ознаці кредитної діяльності. До основної характеристики соціальної ознаки відносять наявність кваліфікованих працівників в кредитній діяльності, професійна підготовленість а також важливий чинник – це довіра суспільства до кредитної діяльності банку, основну роль відіграє імідж банку. Основна мета комерційного характеру ознаки кредитної діяльності – це досягти зростання завдяки зміцненню та підвищенню надійності якості кредитного портфеля банку створення високоякісних активів, що забезпечують постійний плановий рівень прибутковості.

Варто звернути увагу і на те, що як для залучення коштів у кредитні ресурси, так і для їх розміщення характерними є одні і ті ж принципи – платності, строковості, повернення без яких не можливе існування кредитних відносин.

До інструментарія внутрішнього регулювання кредитної діяльності банківських установ теоретично має залежати тільки від цілей (мети), що ставить перед собою банк. Безперечно, стабільність, безпечність та прибутковість – мета кожного комерційного банку. До інструментарію внутрішнього регулювання кредитної діяльності слід віднести всю сукупність дій комерційних банків, що спрямована на досягнення основної мети кредитної діяльності: стабільність, безпечність та прибутковість [3]. До цієї сукупності відноситься також процентні ставки за кредитом та вид кредитної послуги.

Отже, розглянувши детальніше основні аспекти кредитної діяльності можна зробити висновок, що це двосторонній процес, що передбачає залучення коштів та формування кредитних ресурсів, з одного боку, і їх розміщення на кредитному ринку – з іншого; зумовлює особливий статус банку як фінансового посередника, який характеризується високим ступенем відповідальності перед значним колом осіб, а саме кредиторами, акціонерами, позичальниками та державою.

*Список використаних джерел:*

1. Іршак О.С. Сучасний стан кредитної діяльності банків та її вплив на розвиток реального сектору економіки, 2018. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1&Image\\_file\\_name=PDF/bse\\_2018\\_34\\_32.pdf](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/bse_2018_34_32.pdf).
2. Доценко І.О., Доценко В.В. Сутність та значення кредитної діяльності банку у сучасних умовах економічного розвитку, 2017. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [file:///C:/Users/%D0%9C%D0%B0%D1%80%D1%96%D1%87%D0%BA%D0%B0/Downloads/Nvuumevcg\\_2017\\_12\(1\)\\_23%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/%D0%9C%D0%B0%D1%80%D1%96%D1%87%D0%BA%D0%B0/Downloads/Nvuumevcg_2017_12(1)_23%20(4).pdf)
3. Кремень В.М., Кремень О.І., Гуляєва Л.П., Роль банківського кредитування у розвитку економіки, 2020. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [https://www.problecon.com/export\\_pdf/problems-of-economy-2020-3\\_0-pages-176\\_183.pdf](https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2020-3_0-pages-176_183.pdf).

**Maria Kupchak**

*Ivan Franko National University of Lviv*

### **THE ESSENCE AND IMPORTANCE OF BANK CREDITING**

*Annotaiton:* Crediting of the production processes and trade activities is the most important and distinctive feature of banks, comparing to other financial and non-financial organizations. Therefore, while increasing the competition for potential borrowers, Ukrainian commercial banks must plan their crediting activities. Banks must learn to manage credit operations in such a way that they bring the highest possible profitability, but at the same time banks must strive to reduce credit risks that are directly related to carrying out credit operations.

*Keywords:* bank, bank crediting, principles of bank crediting, subjects of credit activity

Юлія Куч

Львівський національний університет імені Івана Франка  
yulie.22k@gmail.com

## ЗАХИСТ ОБЛІКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ В ЦИФРОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

Побудова в Україні сучасного інформаційного суспільства базується на засадах постійного удосконалення інформаційних технологій, запровадження інновацій, та діяльності з надання інформаційних послуг споживачам з метою задоволення їх потреб в достовірній та релевантній інформації. На розвиток ринку інформаційних послуг впливають головні детермінанти та підстави розвитку цифрової економіки в Україні, загалом, а також готовність та можливість імплементації в Україні новітніх цифрових технологій (як з позиції постачальників, так і з позиції споживачів цифрових інформаційних послуг).

Вагомий науковий доробок щодо питань сутності інформаційного ринку, його структури та чинників розвитку в умовах глобалізаційних процесів цифровізації такі автори, як Великородна Д.В., Березняк Н.В., Кваша Т.К., Біловус Л.Я., Селезньова О, А.П. Дикий, О.І. Захаров, О.О. Мельник, М.В. Наконечна, О.В. Орлик, Л.С. Сорока, В.Н. Ясенів та багато інших. Проте питання захисту інформації та його державного регулювання в Україні залишаються невирішеними в повному обсязі, а також існує потреба в систематизації зарубіжного досвіду побудови захисту саме облікової інформації в умовах цифровізації економіки України.

Особливості сучасного інформаційного ринку демонструють його динамічність та інтенсивну диверсифікацію. В Україні інформатизація суспільства досягає рівня розвинених країн світу, його інституційна структура значною мірою обумовлюється наявними інформаційними потребами в суспільстві та відображає рівень розвитку інформаційних технологій. Важко переоцінити значення інформатизації: вона сприяє забезпеченню національних інтересів, розвитку наукомістких виробництв та високих технологій, зростанню продуктивності праці, підвищенню комп'ютерної грамотності, розвитку інтелектуального потенціалу нації, збагаченню духовного життя та подальшій демократизації суспільства; розвитку культури спілкування. Широкий доступ до Інтернету є одним із факторів, який пришвидшив впровадження технологічних інновацій в усі сектори економіки.

Об'єктами інформаційного ринку є інформаційні продукти, ресурси, а суб'єктами ринку інформаційних послуг виступають різні юридичні та фізичні особи, які здійснюють господарські операції з інформаційними ресурсами або надають інформаційні послуги. Отже, ринок інформаційних послуг це певна сукупність механізмів взаємодії між суб'єктами ринку щодо інформаційних ресурсів та послуг. Гарантування стабільного максимально ефективного функціонування та розвитку будь-якого підприємства є основним завданням безпеки його економічної інформації. Найціннішою економічною інформацією є облікова інформація, яка характеризує всі аспекти господарської діяльності. Оскільки об'єктом інформаційної безпеки є підприємство, зміст поняття інформаційної безпеки буде полягати у захищеності інтересів власника даного підприємства, що задовольняють за допомогою інформації або пов'язаних із захистом від несанкціонованого доступу тих відомостей, які уявляються власникові досить важливими.

Під захистом облікової інформації розуміється стан її захищеності від випадкових або навмисних впливів природного або штучного характеру, що можуть привести до нанесення шкоди власникам або користувачам цієї інформації [2]. В законі України «Про основні засади забезпечення кібербезпеки України» передбачено, що кіберзахист - сукупність організаційних, правових, інженерно-технічних заходів, а також заходів криптографічного та технічного захисту інформації, спрямованих на запобігання кіберінцидентам, виявлення та захист від кібератак, ліквідацію їх наслідків, відновлення сталості і надійності функціонування комунікаційних, технологічних систем [1].

У якості стандартної моделі безпеки використовується модель з трьох категорій:

- конфіденційність— стан інформації, при якому доступ до неї здійснюють тільки суб'єкти, що мають на неї право;
- цілісність- уникнення несанкціонованої модифікації інформації;
- доступність— уникнення тимчасового або постійного приховування інформації від користувачів, які отримали права доступу.

Питання інформаційної безпеки під час ведення бухгалтерського обліку з використанням комп'ютерних технологій доцільно розглядати у двох аспектах:

- 1) запобігання зловживанням чи ненавмисним порушенням працівниками підприємства (внутрішній аспект);
- 2) створення належної інформаційної безпеки для запобігання несанкціонованому доступу, пошкодженню комп'ютерних програм чи даних вірусами, комп'ютерному саботажу (зовнішній аспект).

З однієї сторони, цифровізація дає безліч нових можливостей різним споживачам щодо отримання якісних інформаційних послуг (е-освіта, е-торгівля, е-адміністрування тощо) та забезпечує загальнодоступність інформації, а з іншого – розповсюдження інформаційних послуг сприяє збільшенню кількості шахрайств і злочинів, які пов'язані з інформацією, інформаційними послугами та інформаційними продуктами. Реалії сьогодення показують, що головним суспільним благом має стати специфікація і захист прав приватної власності та конфіденційності інформації, яка циркулює у сфері інформаційних послуг. В Україні рівень захисту від кібезагроз є неімовірно низький (про що свідчать і рейтинги міжнародних агентств). Отже, держава повинна виконувати превентивну функцію та запобігати здійсненню інформаційних злочинів, адже це призводить до зменшення інформаційної прозорості економічної системи та руйнує засади демократичного суспільства і довіру до процесів глобалізації та цифровізації загалом [4].

Таким чином, враховуючи досвід зарубіжних країн, формування інформаційної інфраструктури України повинно базуватися на засадах: пріоритетності національно-технічного та інноваційного розвитку держави; формування необхідних для цього законодавчих і сприятливих економічних умов; загальнодоступних інформаційних ресурсах та забезпечення повсюдного доступу до телекомунікаційних послуг та інформаційно-комунікативних технологій. Особливого акценту заслуговує захист облікової інформації з врахуванням кібезагроз та кібератак.

*Список використаних джерел:*

1. Про основні засади забезпечення кібербезпеки України : Закон України від 05.10.2017 № 2163-19 URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2163-viii>
2. Вітер С.А., Світлицин І.І. Захист облікової інформації та кібербезпека підприємства. *Економіка і суспільство: електронне фахове видання*. 2017. № 11. С. 497–502 URL : [http://www.economyandsociety.in.ua/journal/11\\_ukr/80.pdf](http://www.economyandsociety.in.ua/journal/11_ukr/80.pdf).
3. Ляхович Г.І. Захист облікової інформації в умовах аутсорсингу із використанням інформаційно-комп'ютерних технологій. *Бізнес Інформ*.2017. № 12. С. 408–412.
4. Кібергігієна. Кібербезпека. Безпека держави : матеріали наукових семінарів (Київ, 27 листопада 2020 р.) / відп. ред. А. М. Десятко. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. 101 с.

**Yulia Kuch**

*Ivan Franko University of Lviv*

## PROTECTION OF ACCOUNTING INFORMATION IN THE DIGITAL ECONOMY

Accounting information is a key factor in ensuring the economic security of the enterprise. Accounting protection information is a condition for objective reflection of reality entity that will facilitate the timely detection of internal and external threats and possible calculations of alternative solutions to their elimination or prevention.

*Keywords:* accounting information, economic security, cyber threat, cybersecurity, protection of accounting information, digitalization of the economy



Яна Кушнір

Львівський національний університет імені Івана Франка  
jana2002ku@gmail.com

## ВИКОРИСТАННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ПРИЙОМІВ У РЕКЛАМІ

Реклама як соціально-економічне явище існує стільки, скільки існує людське суспільство. Завжди, у всі часи, рекламні звернення мали на меті спонукати до вигідних для рекламодавця дій. Нинішній спосіб життя просто неможливо уявити без реклами. Реклама перебуває у сфері комунікації і як практична справа призначена найперше регулювати рух товарів на ринку і збільшувати продажі. Реклама – одна зі складових сприяння продажам [4].

Як психологічний феномен реклама з'явилася наприкінці XIX – на початку XX століття і далі бурхливо розвивалася. Хтось образно сказав, що наше життя сьогодні – це острів в океані реклами і весь простір реклами пронизаний психологією. Справді, реклама всюди оточує людину і має великі можливості психологічного впливу. Психологічна рекламна дія – це застосування винятково психологічних засобів з метою впливу на стан, думки, почуття, вчинки споживачів. Ефективне рекламне оголошення повинно привернути увагу, втримати інтерес, пробудити бажання, використати мотиви і спонукати до дії. Увага перебуває на початковій стадії впливу реклами на споживача, якісна реклама повинна миттєво зачепити його увагу [6].

Найчастіше використовують такі прийоми залучення і підвищення уваги споживача до реклами:

- 1) використання інтенсивних рекламних подразників: сильних голосних звуків, яскравих зображень, кольорових предметів у русі, емоційної лексики радіозвернення у супроводі ритмічної музики, а також гостросюжетних телевізійних роликів;
- 2) використання контрастних подразників, наприклад, рекламований товар на контрастному тлі або чорно-біла реклама в оточенні кольорових предметів;
- 3) використання прискорених повідомлень, що активують увагу;
- 4) створення емоційного музичного фону, поширення приємних запахів, які впливають на концентрацію уваги і настрої для кращого сприйняття реклами;
- 5) створення новизни і несподіванки, нестандартність, своєрідність. Спосіб поширення інформації має бути настільки цікавим, оригінальним і переконливим, щоб споживач неодмінно відреагував дією;
- 6) залучення персонажів у рекламу (особливо підвищують увагу до повідомлення популярні авторитетні особистості, які викликають симпатію і довіру, тому їхні докази видаються більш переконливими);
- 7) повторення інформації кілька разів, щоразу новим способом.

Видатний діяч світової реклами Д. Огілві зазначав: «Ви не можете примусити людей купувати ваш товар; ви можете лише зацікавити їх купуванням цього товару» [1]. Інтерес – це зацікавленість чимось, відчуття споживачем значущості та важливості товару чи послуги, форма прояву певної потреби. Якщо процес зосередження уваги є емоційно комфортним, то неодмінно виникає інтерес. Значить, реклама повинна зацікавити, здивувати, стати джерелом і виробником приємних емоцій, творцем хорошого настрою. Щоб викликати інтерес аудиторії, використовують прийом проблемної ситуації: одна людина повідомляє про проблему, а інша пропонує спосіб її розв'язання за допомогою рекламованого товару.

Для активного сприйняття реклами використовують прийом співучасті. Найчастіше до нього вдаються в телерекламі. Користуючись цим прийомом, телеведучий ніби робить глядачів співучасниками певних подій.

Гумор як рекламний прийом дуже міцно фіксує увагу, закріплює в пам'яті найважливіше, є хорошим способом захопити до певних дій [5]. Справді, гумор називають золотим гачком реклами, на який ловляться увага і пам'ять людини, бо гумор багатозначний, парадоксальний і привабливий, а смішне краще запам'ятовується, ніж буденне. В українців з гумором все гаразд, отже, варто ще більше використовувати в рекламі такі гумористичні засоби, як контраст, парадокс, каламбур, пародія, натяк.

Ще один приклад психологічного рекламного прийому – підкреслена демонстрація певних властивостей товару як унікальних, хоч вони є взагалі в усіх товарах, у товарах конкурентів теж.

Простежимо далі, як кожен елемент структури текстового рекламного звернення забезпечує ефективність рекламної дії. Слоган (короткий девіз, заголовок) привертає увагу, викликає інтерес, захоплює до подальшого читання. Зачин наголошує на проблемі, яка буде розв'язана через придбання товару. В основному тексті подають конкретну, повну і важливу інформацію. Довідкові дані теж допомагають в комунікації. Прикінцева фраза (ехо-фраза, лозунг-«підпис», «останній штрих») особливо ефективна, якщо звернення досить велике за обсягом. Наводимо деякі приклади таких фраз: «Свіжа їжа, свіжі ідеї» – мережа супермаркетів «Sainsbury», «Кращий спосіб що-небудь приховати» – покриття «BASF», «Наша норма – досконалість» – побутова техніка «Bosch», «Керовані пристрасстю» – компанія-виробник автомобілів «Fiat» [2]. Зауважимо також, що ціна як складова рекламного тексту теж може впливати на психологію споживача, бути одним з прийомів привернення уваги до реклами і переконливим аргументом щодо здійснення покупки. Отже, це помилка – нічого в рекламі не сказати про ціну [3].

Трохи докладніше про заголовок. Він повинен обіцяти користь, збуджувати цікавість. Психологи вважають, що заголовок читають у 5-7 разів частіше, ніж саму рекламу. Тому чим оригінальнішим і привабливішим він буде, тим більше шансів, що людина прочитає все повідомлення. Існує багато різних типів заголовків, рекламіст вибирає ті, що є оригінальними, привертають увагу і відрізняються від використовуваних конкурентами. Наводимо 10 типів заголовків на одну тему, кожен з яких супроводжуємо прикладом.

1. Декларація. Найпоживніший мед України!
2. Запитання. Ви впевнені, що здоров'я не купиш?
3. Виклик. Навіщо терпіти високі ціни?
4. Гумор. Не злипнеться!
5. Гра слів. Мед – природна МЕДицина.
6. Заборона. Забудь про цукор – мед корисніший.
7. Новина. Відтепер новий смак – кленовий!
8. Лозунг. У нас мед їдять ложками.
9. Цитата. "Їж, сину мій, мед, бо він добрий, а мед щільниковий – солодкий він на піднебінні твоїм", – Книга приказок Соломонових, 24:13.

10. Інтрига. Що на світі є вічне?

Складено на основі [3].

При створенні реклами потрібно враховувати так званий позиційний ефект, тобто її розміщення на рекламному просторі. Особливості сприйняття такі, що краще запам'ятовуються перші та прикінцеві висловлювання. Отже, спочатку і вкінці добре подавати найважливішу інформацію, найпереконливіші докази.

Психологічний вплив реклами посилюється при вдалих дизайнерських підходах в її оформленні. Зображення, текст, шрифт, колір, світло, звук надають рекламі емоційного забарвлення і тим самим збільшують силу впливу. Психологічна дія залежить також від геометричної форми, поєднання кольорів, співвідношення тексту та ілюстрацій. Художня форма реклами – це необхідність, а не самоціль. Дизайнер підпорядковує засоби художньої виразності меті реклами – впливати на вибір споживача та його рішення щодо купівлі.

Таким чином, спеціалісти з реклами мають в арсеналі цілий ряд психологічних прийомів і активно застосовують їх з метою залучення й підвищення уваги аудиторії до реклами, зацікавленості нею, впливу на почуття, спонукання до дії.

*Список використаних джерел:*

1. Владимирська Г.О., Владимирський П.О. Реклама: навч. посібник. Київ, 2006. 334 с.
2. Гаркавенко С.С. Маркетинг. Робочий конспект та навчальні тестові завдання: навч. посібник. Київ, 2004. 280 с.
3. Джефкінс Ф. Реклама: практичний посібник / за ред. Д. Ядіна. Київ, 2001. 456 с.
4. Ларіна Я.С., Рябчик А.В. Поведінка споживача: навч. посібник. Київ, 2014. 224 с.
5. Пазуха М.Д., Ігнатович М.В. Реклама у підприємницькій діяльності: навч. посібник. Київ, 2006. 176 с.
6. Череп А.В., Богма О.С., Череп О.Г. Основи маркетингу: навч. посібник. Київ, 2018. 226 с.

**Yana Kushnir**

*Ivan Franko National University of Lviv*

#### USE OF PSYCHOLOGICAL TECHNIQUES IN ADVERTISING

Advertising has a significant psychological and socio-cultural impact on customers, inducing them to certain actions. In the article we have revealed the most common techniques of psychological impact on the consumer that are used to increase the effectiveness of the advertisement. Identified situations in which the use of certain techniques is the most effective, and the factors that affect their use.

*Keywords:* advertising; psychological impact; consumer; consumer behavior.

**Катерина Ларіна**

*Державний торговельно-економічний університет / Київський національний торговельно-економічний університет  
Електронна пошта: K.Larina.FTM.061.20@knute.edu.ua*

## **ОСОБЛИВОСТІ ТА ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ**

Сучасний малий та середній бізнес займає значну роль в розвитку економіки України. Він є невід'ємним складником ринкової економіки, що сприяє вирішенню цілої низки соціальних, економічних та науково-технічних проблем суспільства. Але, на жаль, на час введення воєнного стану їх функціонування значно змінилося, далеко не в кращу сторону. Загальні прямі втрати малого та середнього бізнесу за чотири тижні війни оцінюються у 80 мільярдів доларів. А їх оцінка скорочення ВВП України у 2022 році внаслідок зниження ділової активності – 21%. Про це йдеться в опитуванні Advanter Group спільно з діловими клубами України та Центром економічного оновлення [1]. Отже, розглянемо проблему детальніше.

На нашу думку, головним елементом в функціонуванні бізнесу є персонал. Він вирішує низку організаційних та виконавчих функцій, що і дає подальший розвиток. Перший удар по малому та середньому бізнесу під час воєнного стану отримав саме персонал, тому що він зазнав внутрішньої міграції. Багато підприємств втратили своїх постійних робітників та були вимушені призупинити або припинити свою господарську діяльність. Ця криза тривала по всій країні протягом півтора-два місяці, після чого вона почала стихати. Також, є багато прикладів мобілізованих, які потрапили до лав збройних сил України. В такій ситуації підприємство мало виплачувати заробітну плату в повному обсязі, навіть якщо воно призупинило свою роботу. Також, переважна більшість підприємств запропонували своїм співробітникам неоплачувані відпустки, і лише 8% просто звільнили людей. Крім того власники та керівний склад багатьох підприємств, як більш фінансово забезпечені громадяни, виїхали з територій проведення військових дій, що не могло не позначитись на психологічному дестимулюванні роботи інших працівників. І це тільки один з елементів особливості функціонування бізнесу, що спричинив неабиякі втрати та застій.

Наступним не менш важливим елементом можна назвати зберігання та логістику товару. Так як більшість логістичних центрів та маршрутів було окуповано або знищено, бізнес мав проблеми з постачанням продукції. Він опинився перед вибором: або евакуювати свої склади, або шукати нового постачальника для подальшого функціонування. Все ж таки більшість підприємств обрали перший варіант; це завдало для них немалих витрат, проте частково їх фінансувала держава. А деяким пощастило менше – їх склади були знищені, збиток котрих оцінювався в мільйони гривень. Як висновок, ми розуміємо, що в обох варіантах малий та середній бізнес втрачає гроші та капітал. Саме через це певний відсоток підприємств так і не зміг відновити свою роботу.

Окремо слід згадати важливий закон, що вплинув на подальше оподаткування єдиним податком станом з 1 квітня 2022 року до припинення воєнного стану. Закон про додаткові податкові стимули для підтримки бізнесу під час війни дав підприємствам вибір: на свій розсуд сплачувати податки чи продовжувати функціонування без них. Так як ми всі розуміємо, що бізнес мав намір їх не сплачувати, але хотів далі надавати підтримку армії, він ініціював волонтерські внески 10-20% з доходу підприємства. Ця ідея сприяла підвищенню продажів продукції, так як покупці вважали себе також волонтерами, користуючись послугами або купуючи товар компанії. Дійсно, якщо розглядати даний закон зі сторони економіки, то можна зазначити його дотаційним, тому що підприємства не сплачують податки державі. В той же час, зі сторони бізнесу – це непоганий волонтерський піар хід, бо капітал, який вони не оподатковують, демонстративно віддають на потреби армії, чим формують позитивний імідж.

Слід зазначити ще деякі особливості праці під час воєнного стану. Наприклад, держава за своїх потреб може перепрофілювати підприємство на користь армії. Таким чином, завод з виготовлення стаканів почне виготовляти зброю або інші речі за потребою. Від цього не застрахований жодний бізнес. Потім, після повернення майна, до такої податкової накладної робиться розрахунок коригування. Тобто, відбувається поновлення права на ПК з ПДВ. Що ж до відчуження, то таке майно повертати не будуть. І компенсація буде лише при примусовому відчуженні. Добровільна пожертва майном не компенсується, а отже, не розглядається з метою оподаткування як його реалізація.

Отже, навіть якщо взяти за основу всі особливості та проблеми ведення бізнесу під час воєнного стану, як би держава не намагалася допомагати підприємствам першої та другої груп, 54% власників бізнесу зачинились та, на жаль, не розпочнуть свою роботу, як мінімум до закінчення війни [2]. Тому, в кого бізнес чи виробництво були прив'язані до України, здебільшого наразі вважають, що навіть за умов, що війна завершиться скоро, Україна ще на довгий час буде відкинута далеко назад в економічному плані, і треба буде багато чого відбудувати. До того ж навіть якби виробництво "довоєнної" продукції і працювало б та навіть мало попит, за умов розтрощеної інфраструктури і великих проблем із доставкою воно майже втрачає сенс.

Таким чином, проблеми здійснення підприємницької діяльності зумовлюють необхідність перегляду багатьох підходів до її організації як на рівні підприємства, так і на рівні держави. Серед таких напрямів, в першу чергу, можна виділити:

- надання більшої ваги фактору місця проживання потенційних працівників в процесі добору персоналу;
- надання більшої ваги фактору універсальності практичного досвіду в процесі добору та навчання персоналу, що дозволяє потенційно проводити швидко ротацию наявних працівників в кризових умовах;
- розвиток дистанційних технологій керування бізнесом;
- стимулювання розвитку малого бізнесу на регіональному рівні, який здійснює виробництво товарів першої необхідності;
- формування регіональних планів евакуації виробничого обладнання підприємств з регіонів, де ведуться бойові дії, та доведення механізму його реалізації до власників бізнесів.

*Список використаних джерел:*

1. Малий та середній бізнес оцінює свої збитки щонайменше у 80 мільярдів доларів. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/03/24/684640/> (дата звернення: 24 березня 2022 рік);
2. Податкові новації через воєнний стан. URL: <https://www.budgetnyk.com.ua/article/1300-podatkov-novats-cherез-vonnyy-stan> (дата звернення: 18 березня 2022 рік);
3. Бізнес під час війни: яку підтримку запропонувала влада і як виживає бізнес. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-60757453> (дата звернення: 16 березня 2022 року);
4. Воєнна економіка: як це працюватиме і яку допомогу отримають люди та бізнес. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-60661613> (дата звернення: 8 березня 2022 року);

**Larina Kateryna**

*State trade and economic university / Kyiv national university of trade and economics*

#### PECULIARITIES AND PROBLEMS OF SMALL AND MEDIUM BUSINESS OPERATION DURING THE MILITARY SITUATION

So, even if we take as a basis all the peculiarities and problems of doing business during the military situation, no matter how the state tries to help enterprises of the first and second groups, 54% of business owners have started and, unfortunately, will not start their work, at least before the end of the war. Therefore, who business or production were connected to Ukraine, mostly now believe that even if the war is over soon, Ukraine will be thrown back far back in economic terms for a long time, and much will have to be rebuilt. Moreover, even if the production of "pre-war" products would work and even if the demand was low, given the infrastructure developed and the large delivery problems it almost loses its sense.

*Keywords:* peculiarities, small and medium business, military situation, economy of Ukraine, employee, administration, commodity, logistics, salary, taxes, volunteering.

**Роман Лемішовський**

*Львівський національний університет імені Івана Франка 79008 м. Львів, проспект Свободи, 18  
ROMAN.LEMISHOVSKIY@lnu.edu.ua*

## **ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СПІВПРАЦІ МВФ ТА УКРАЇНИ У ВОЄННИЙ ПЕРІОД**

Економіка України зараз перебуває в стані спаду, викликаного вторгненням російських бандитських військ. У країні істотно знизилась ділова активність, обмежений доступ до ресурсів, зріс рівень безробіття та посилились інфляційні процеси. За перший квартал 2022 року реальний ВВП України знизився на 35% порівняно з попереднім роком. Усе це, безумовно, посилює фінансову нестабільність. Зменшення обсягів виробництва, перекриття повітряного та водного шляхів, нестача пального призвела до значного скорочення обсягів експорту. Водночас державі потрібна іноземна валюта, щоб імпортувати продовольство та зброю. Україні в цій ситуації, на щастя, допомагає немало іноземних держав та міжнародних організацій, зокрема і Міжнародний валютний фонд.

Співпраця України і Міжнародного валютного фонду розпочалась ще у 1992 році. За цей час Україна отримала понад 35 млрд дол. США та провела структурні реформи децентралізації, державного управління, пенсійну, комунальну, медичну, освітню та розпочала антикорупційну і судову. Проте з початком повномасштабного російського вторгнення в Україну співпраця з МВФ перейшла у новий формат і швидше за все продовжуватиметься у ньому до закінчення війни: нині увагу акцентовано на кризовому менеджменті. Вже на початку березня 2022 року Фонд відреагував на запит української сторони щодо експортного потенціалу тощо. Проте зараз ситуація кардинально змінилась. Україні потрібно продовжувати співпрацювати з МВФ передовсім у фінансовому напрямку, отримуючи позики під низькі відсотки, або взагалі безпроцентні. Важливо нарощувати співпрацю у сфері технічної допомоги - підтримки, консультацій та порад МВФ та інших міжнародних фінансово-економічних організацій. Від такої співпраці нині багато в чому залежить життя та добробут мільйонів українців.

Згалом до 24 лютого 2022 року перспективні напрямки співпраці України з МВФ були доволі очевидними. Україна надалі брала б позики, проводячи потрібні структурні реформи, що плавно та без великих потрясінь зміцнювали б її економіку. Звичайно, поглиблювалася б співпраця у технічному напрямку і напрямку розвитку виробничого та експортного потенціалу тощо. Проте зараз ситуація кардинально змінилась. Україні потрібно продовжувати співпрацювати з МВФ передовсім у фінансовому напрямку, отримуючи позики під низькі відсотки, або взагалі безпроцентні. Важливо нарощувати співпрацю у сфері технічної допомоги - підтримки, консультацій та порад МВФ та інших міжнародних фінансово-економічних організацій. Від такої співпраці нині багато в чому залежить життя та добробут мільйонів українців.

Одразу після завершення війни Україні доведеться поглиблювати співпрацю не лише у кредитних відносинах і технічній підтримці, а й в значно ширшому колі різних соціально-економічних проблем. Насамперед потрібно створити стійке макроекономічне середовище з активним сальдо поточного рахунку платіжного балансу, стабільним курсом гривні, сприятливим інвестиційним кліматом, бездефіцитним державним бюджетом, впливаючи в нього кошти від МВФ. Багато фахівців вважають, що Уряд України повинен домагатися реструктуризації боргу перед Міжнародним валютним фондом й іншими міжнародними фінансовими інститутами. Це зменшить зовнішній борговий тягар і дасть змогу прискорити зростання економіки України і уникати збільшення зовнішньої заборгованості.

Згалом, продовження співпраці України з МВФ може принести значні вигоди вітчизняній економіці як в умовах війни, так і повоєнної відбудови. Ця співпраця, по-перше, має стати гарантією проведення глибоких структурних реформ вітчизняної економіки. По-друге, пришвидшення досягнення внутрішньої і зовнішньої стабільності, зокрема підтримання курсу національної валюти та врівноваження платіжного балансу і державного бюджету. По-третє, подальша співпраця України з МВФ є необхідною та доцільною, оскільки кредитні ресурси МВФ значно дешевші, ніж ті, що залучаються на міжнародних фінансових ринках. По-четверте, від характеру взаємовідносин з МВФ залежить інвестиційна привабливість держави для інших світових організацій, що координують свої дії з Фондом. Насамкінець, співпраця з Фондом сприяє інтеграції України у глобальну фінансову систему, в якій МВФ посідає провідне місце; збільшуються можливості України щодо користування консультативними, експертними та аналітично-прогнозними послугами низки міжнародних інституцій, що в умовах посилення глобалізаційних процесів має пріоритетне значення. Для успішного співробітництва з МВФ Україні необхідно: домогтися зменшення масштабів тіньової економіки, продовжувати боротися з корупцією, забезпечувати підвищення рівня прозорості та транспарентності економіки тощо.

*Список використаних джерел:*

1. *Островська, О. О.* Співпраця України з Міжнародним Валютним Фондом: результати та перспективи // автореф. дип. роботи на здобуття освітнього ступеня «магістр»: спец. 281 "Публічне управління та адміністрування" / О. О. Островська, ЧНУ ім. Петра Могили. - Миколаїв, 2021. - 22 с.
2. *Мельник С.* МВФ готується до масштабного відновлення України – Георгієва // Економічна правда [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/04/15/685819/>
3. *Колосова, В. П.* Співробітництво України з міжнародними установами та секторальна бюджетна підтримка: монографія.// Київ: ДННУ" Акад. фін. Управління. 2013. - 254 с.

**Lemishovskiy Roman**

*Ivan Franko National University of Lviv Prospect Svobody 18, UA – 79008, Lviv, Ukraine*

### **PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF COOPERATION BETWEEN THE IMF AND UKRAINE DURING THE WAR**

*Annotation.* The study analyzes the further cooperation between the International Monetary Fund and Ukraine, analyzes the scope and form of IMF assistance as a powerful international financial organization since the beginning of the war. Particular attention is paid to the study of the expansion of cooperation in credit relations and technical support. Prospects of cooperation between the IMF and Ukraine in the direction of stabilizing the situation in the country are identified, ways to improve the interaction between the IMF and Ukraine to stabilize the financial situation in Ukraine are proposed.

*Keywords:* IMF, economic lending, technical cooperation, financial stability.

Ольга Рудик, Анастасія Лоїк

Львівський національний університет імені Івана Франка

rudyk.olya8749@gmail.com, anastasia.ua.16@gmail.com

## РОЛЬ ПЕРЕСТРАХУВАННЯ В ФУНКЦІОНУВАННІ РИНКУ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ

Сучасні умови економічного розвитку в Україні ставлять досить «жорсткі» вимоги щодо проведення страхової діяльності. Внаслідок економічної кризи спричиненої пандемією і «широкомасштабною війною в Україні».

Страховим компаніям необхідно здійснювати пошук нових додаткових фінансових можливостей задля того, щоб страхова компанія мала змогу приймати на страхування нові ризики. Також, необхідно постійно здійснювати пошук нових клієнтів, впроваджувати нові види страхових послуг задля нарощення обсягів страхових операцій. При цьому сама компанія має залишатись фінансово надійною та стійкою, щоб мати змогу повністю та своєчасно виконувати свої зобов'язання перед страховиками в разі настання страхового випадку. Отже, становлення конкурентного ринку страхування потребує створення правильного механізму перерозподілу ризику між страховиками, які працюють на ринку. Такий механізм розподілу взятого на страхування ризику виражає систему перестраховування [2].

Перестраховування – це правовідносини з передачі перестраховальником (цедентом, ретроцедентом) та прийняття перестраховиком (цесіонером, ретроцесіонером) за плату ризику щодо виконання перестраховальником (цедентом, ретроцедентом) частини своїх обов'язків перед страхувальником та відшкодування витрат (здійснення виплат) на умовах, визначених договором перестраховування [3].

Розрізняють активне та пасивне перестраховування:

- активне перестраховування полягає у прийнятті іноземних ризиків для покриття або продажу страхових гарантій;

- пасивне перестраховування - це передача ризиків іноземним страховикам (купівля страхових гарантій). Головна його мета - передача відносно дрібних ризиків великій кількості перестраховиків у різних країнах. Завдяки цьому досягається стабільність страхового портфеля та встановлюються широкі контакти на ринку перестраховування [1].

Понад двадцять років страховий та перестраховий ринки розвиваються в Україні, але на сьогоднішній час вітчизняний страховий та перестраховий ринок не може скласти належну конкуренцію світовому ринку, тому українські страховики та перестраховики мають невеликі фінансові потужності для виходу на світовий ринок.

Частка ринку вхідного перестраховування в Україні є невеликою, проте даний сегмент перестрахового ринку має вагомий перспективи, враховуючи вступ України до СОТ, прагнення повного членства в ЄС. Вагомим чинником, який визначає необхідність розвитку вхідного перестраховування в Україні є глобалізація світового страхового ринку [2].

За даними НБУ Станом на 31.12.2020 загальний обсяг активів страховиків у порівнянні з початком року майже не змінився і склали 64,9 млрд. грн. При цьому, у другому кварталі 2020 року відбулося падіння показника, яке пов'язане з добровільним виходом деяких страховиків з ринку, які мали значну частку ринку, проте страховий портфель яких формувався за рахунок операцій вхідного перестраховування [4].

На Рис. 1 висвітлено динаміку зміни частки страхових премій від перестраховальників та страхових виплат у сегменті non-life 2019-2020 років.



Рис. 1 Страхові премії та страхові виплати страхових компаній у сегменті non-life, млрд грн [4]

Криза, пов'язана з пандемією COVID-19, та криза економічна за у 2020 році продовжували помірно впливати на діяльність страховиків. Показники страхових премій страховиків, що звітуються до Національного банку, зберегли тенденцію до зростання, проте приріст скоротився удвічі: з +20% (2019/2018) до +12% (2020/2019).

Очевидним є просідання показників діяльності страховиків, що звітують, у II кварталі 2020 року, що пов'язане із першим запровадженням карантинних заходів та локдауну, загальним спадом ділової активності і у деяких випадках неготовністю компаній переорієнтувати свою роботу на дистанційний електронний формат без втрати якості надання послуг. Також на коливання показників вплинув вихід у 2020 році з ринку частини страховиків, які історично займалися вхідним перестраховуванням.

Обсяги страхових премій від перестраховальників не зменшувались під час карантинних обмежень до IV кварталу, саме тоді цей показник зазнав незначного зниження, але це не вплинуло на позитивну тенденцію росту показника страхових премій загалом (обсяги підписаних страхових премій у III та IV кварталах, прирісши на 15% та 4%, залишилися на сталому рівні). Виплати страхових відшкодувань загалом зросли на 9% у наростаючому підсумку 2020/2019. Проте, у II кварталі мало місце тимчасове падіння обсягів виплат, як перестраховальникам так і фізичним-юридичним особам, які вже у наступному кварталі відновились на рівні, вищому ніж на початку року [4].

Ринок перестраховування є невід'ємною частиною в усіх найбільш розвинених країнах. Завдяки надійному і стійкому розвитку, перестраховування забезпечує фінансово стійкість та стабільний розвиток страховим компаніям, що в свою чергу також має вплив на весь економічний і соціальний розвиток країни та забезпечує відповідний страховий захист населенню певної країни. В Україні економічні процеси потребують реформування та покращення державного регулювання. За період становлення страхового ринку так і не сформувалася необхідна законодавча база, яка б змогла дати змогу відокремлено функціонувати ринку перестраховування. Хоча завдяки такій дії можна було б утвердити на ринку єдині принципи роботи перестраховування.

*Список використаних джерел:*

1. Базилевич В. Д., Базилевич К. С., Р. В. Пікус та ін. за ред. В. Д. Базилевича Страхування : підручник./ – К. : Знання, 2008 р. – 1019 с
2. Галицька Я. В. Сучасний стан та перспективи розвитку ринку перестрахування в Україні URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2\\_2020/152.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2020/152.pdf) (дата звернення: 13.05.2022)
3. Закон України «Про страхування» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1909-20#Text> (дата звернення: 13.05.2022)
4. НБУ: Тенденції банківського сектору URL: <https://bank.gov.ua/> (дата звернення: 13.05.2022)

**Olha Rudyk, Anastasia Loik**

*Ivan Franko National University of Lviv*

**ROLE OF REINSURANCE IN THE INSURANCE MARKET FUNCTIONING**

In theses concerned topic of reinsurance transaction as a primary process of insurance against risks. Reinsurance - a transaction whereby an insurer, taking on the insurance risks of responsibility for them (with their financial capabilities) passes on agreed terms to other insurers (reinsurers) to create a balanced insurance portfolio to ensure financial stability and profitability of insurance operations.

*Keywords:* insurance activities, insurance claims, insurance market, insurance operations, insurance premiums, insurance services, insured event, insurer, non-life insurance, reinsurance system, reinsurance.

Анастасія Лоїк, Леся Ткачик

Львівський національний університет імені Івана Франка  
 anastasia.ua.16@gmail.com, tkachyklesja@gmail.com

## ВПЛИВ ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ НА АКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Сучасні умови економічного розвитку в Україні ставлять досить жорсткі вимоги щодо реформування та гармонізації податкової політики. Особливості формування і функціонування ефективної податкової політики в умовах інтеграційних процесів має свої особливості. Внаслідок імплементативної у податкову практику України європейських стандартів важливо виявити та дослідити проблемні аспекти даного питання.

Дослідженню теоретичних і практичних аспектів впливу податкового навантаження на ефективність податкової політики присвячено праці таких вчених-економістів: В. Г. Баранова, Г.М. Білецька, О. Т. Замасло, М. І. Крупка, Л. П. Сідельникова.

Важливим показником ефективності податкової політики, що характеризує вплив податків на економіку країни загалом чи на окремих суб'єктів господарювання, є показник податкового навантаження [6]. Сучасною теорією та практикою розроблена множинна система показників розрахунку податкового навантаження як на макро-, так і на мікрорівні [7].

Для глибшого дослідження регулюючого та стимулюючого аспектів оподаткування саме суб'єктів господарювання розрахуємо податкове навантаження з податку на прибуток підприємств [1; 4]:

$$ПН_{ППП} = \frac{\text{Надходження ППП}}{\text{ВРП}}, \quad (1)$$

де ПН<sub>ППП</sub> – податкове навантаження з податку на прибуток,

ВРП – виручка від реалізації продукції.

У таблиці 1 наведені вихідні показники для проведення кореляційного аналізу.

Таблиця 1

Показники діяльності підприємств в Україні

Роки	Податкові надходження з податку на прибуток підприємств, млн грн	ВРП, млн грн	ПН <sub>ППП</sub> , %	Кількість підприємств, одиниць
2011	54,739.43	3 991 239, 43	1.37	375 695,00
2012	54,983.27	4 203 169, 57	1.31	364 935,00
2013	53,675.43	4 050 214, 97	1.33	393 327,00
2014	39,941.94	4 170 659, 90	0.96	341 001,00
2015	34,776.32	5 159 067, 13	0.67	343 440,00
2016	54,344.12	6 237 535, 21	0.87	306 369,00
2017	66,911.93	7 707 935, 21	0.87	338 256,00
2018	96,882.30	9 206 049,54	1.05	355 877,00
2019	117,316.80	9 639 730,60	1.22	380 597,00
2020	118,471.80	10 049 870,81	1.18	373 822,00

Джерело: побудовано та розраховано згідно з даними [2], [3], [5]

Для дослідження впливу податкового навантаження на активність підприємницької діяльності ми провели кореляційний аналіз коефіцієнта податкового навантаження з податку на прибуток підприємств (ППП) та кількості підприємств (рис. 1). Результати аналізу продемонстрували наявність тісного прямого зв'язку між цими величинами ( $R^2 = +0,79586$ ). Це говорить про те, що зниження податкового тиску на діяльність підприємств не призводить до зростання їх кількості, а навпаки до зменшення, що вказує на неефективність застосування податкових пільг. Щодо протилежної ситуації – зростання рівня податкового навантаження призводить до зростання кількості підприємств, – то тут можемо говорити про проблему фіктивних підприємств.

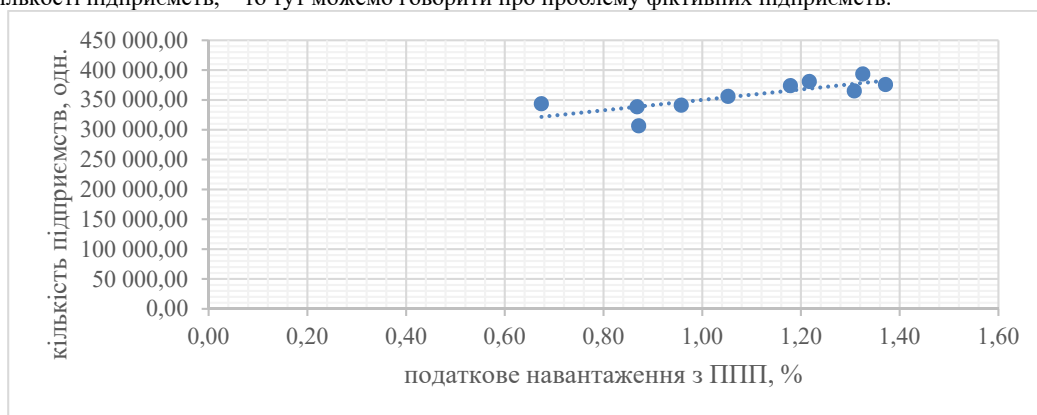


Рис. 1. Вплив податкового навантаження з ППП на кількість підприємств в Україні

Джерело: побудовано авторами на основі [2], [3], [5].

Отримані результати дослідження підтверджують неефективне використання регулюючого потенціалу податку на прибуток підприємств в Україні.

На нашу думку, для детінізації економічних процесів у підприємницькій діяльності та підвищення ефективності системи оподаткування прибутку підприємств, перш за все, необхідно досягнути стабільності у податковій сфері, зокрема значно зменшити частоту змін у податковому законодавстві. Окрім цього, необхідно в оподаткування підприємств акцент зробити на стимулюючих пільгах, а не соціальних, з адекватними до вітчизняних реалій критеріями та забезпечити прозорість їх надання і ефективність використання.



Світова практика показує, що податок на прибуток підприємств активно застосовується як інструмент стимулювання та підтримки економічного зростання, активізації інноваційного розвитку держави, досягнення конкурентоспроможності вітчизняних виробників та спрямування їхньої діяльності у суспільно корисних напрямках. Українські реалії застосування податку на прибуток мають дещо інший характер, який проявляється у фіскальній спрямованості цього податку.

*Список використаних джерел:*

1. Баранова В. Г. Податкова система: Одеса, 2014. 344с.
2. Державна казначейська служба України - URL: <http://www.treasury.gov.ua> (дата звернення: 20.03.2022).
3. Державна служба статистики України - URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 20.03.2022).
4. Замасло О. Т., Приймак І. І., Грін О. В. Податкова система : навч. посібник /. –Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2011. – 378 с.
5. Міністерство фінансів України - URL: <https://www.mof.gov.ua/uk> (дата звернення: 20.03.2022).
6. Податкове навантаження та податкова політика держави URL: <https://www.ndifp.com/1175/>
7. Сідельникова Л. П., Костіна Н. М. Податкова система - URL: [https://pidru4niki.com/1455042355229/ ekonomika/otsinka\\_ efektivnosti\\_podatkovoyi\\_politiki](https://pidru4niki.com/1455042355229/ekonomika/otsinka_efektivnosti_podatkovoyi_politiki)

**Anastasia Loik, Lesia Tkachyk**

*Ivan Franko National University of Lviv*

#### THE IMPACT OF UKRAINE'S TAX POLICY ON BUSINESS ACTIVITY

In theses concerned topic of the interaction of the tax burden on income tax and other indicators and their impact on business activity in Ukraine. The tax burden indicator is an important indicator of the effectiveness of tax policy, which characterizes the overall impact of taxes on the economy as a whole or on individual entities.

*Keywords:* correlation analysis, income tax, integration processes, tax burden, tax policy, taxation.

**Дар'я Любовецька**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*

*Daria.Liubovetska@lnu.edu.ua*

## **АНАЛІЗ МІГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ**

Міграція населення (лат. *migratio* — переселення) — механічні переміщення людей через кордони тих чи інших територій зі зміною місця проживання назавжди, на більш-менш тривалий час або з регулярним поверненням до нього. [1]

Найпоширенішою формою зміни місця проживання громадян є внутрішньодержавні переїзди. Так, за даними Держстату, внутрішні переміщення приблизно в 10 разів переважають за обсягом зареєстровані випадки зовнішньої міграції. Більше половини усіх переїздів здійснюються всередині регіонів (між містом і селом) і лише близько третини — між регіонами держави. [2]

Проте, війна, яка почалась 24 лютого 2022 року повністю змінила структуру міграційних процесів. В основному міграційне скорочення відбувалось саме в східних та північних областях, що пов'язано з напруженим політичним становищем та загрозою нападу зі сторони росії. Найбільша кількість прибулих та вибулих все ще спостерігалась у Київській області, яка є основним з центрів тяжіння для мігрантів.

Після початку повномасштабної війни з росією понад 7,7 мільйонів українців стали внутрішньо переміщеними особами. Про це йдеться у звіті Міжнародної організації з міграції. За даними МОМ кожна шоста людина стала внутрішньо переміщеною особою, частка переселенців у загальній кількості населення України зросла до 17,5%. [3]

Згідно дослідження у статевому розрізі, проведеного МОМ з 11 до 17 квітня, не менше 60% внутрішньо переміщених осіб становлять жінки. Найбільша кількість внутрішніх переселенців спостерігається у західних областях, так як вони вважаються відносно безпечними. Наприклад, станом на 20 квітня, близько 265 тис. переселенців проживають у Львівській області.

З кожним днем війни кількість переселенців в межах країни збільшується, стає складніше проводити їх облік, значна кількість біженців не оформлюються як внутрішньо переміщені особи, тому фактичні цифри набагато більші за офіційні дані.

Станом на 19 березня через війну в пошуках безпеки, захисту та допомоги країну вимушено покинуло понад 3,3 мільйона українців. Про це повідомили в управлінні Верховного комісара ООН у справах біженців (УВКБ ООН) у суботу, 19 березня.

За підрахунками Управління Верховного комісара ООН у справах біженців, на 23 квітня 2022 р. з України виїхали понад 5,1 млн осіб. Розподіл біженців за країнами наступний: близько 2,9 млн — до Польщі, 774 тис. — до Румунії, 490 тис. — до Угорщини, 443 тис. — до Молдови, 354 тис. — до Словаччини. Тобто, лише за місяць кількість біженців зросла у 1,5 рази.

Окрім того, майже 578 тис. українців виїхали (або їх вивезли) до Росії, 24 тис. — до Білорусі. Навіть за російськими джерелами, більшість українських біженців у РФ — це мешканці самопроголошених ЛНР та ДНР (близько 400 тис. осіб). З районів бойових дій, за свідченнями місцевих, людей вивозять до росії примусово.

Разом з тим від початку повномасштабної воєнної агресії РФ до 12 квітня в Україну повернулися понад 1 млн громадян. Спочатку у більшості це були чоловіки, які їхали захищати Батьківщину, тепер це передусім жінки з дітьми із Заходу України, де відносно спокійно. [4]

Наразі відбувається найбільша міграція біженців з часів Другої Світової війни і з кожним днем кількість переселенців зростає. Очевидно, що природа та кількість таких міграцій негативно вплинуть на економічний та демографічний стан країни. З кожним днем війни економічне становище країни погіршується і значну роль в цьому відіграють міграційні процеси. Наразі центрами тяжіння для внутрішніх міграцій стали західні області, які вважаються відносно безпечними. Через це дана частина України буквально переповнена, збільшується навантаження на устрій міст, на робочі місця. Дуже сильно змінилась кількість вакансій, наприклад на сайті для пошуку роботи [jobs.dou.ua](https://jobs.dou.ua) у березні 2022 року була опублікована всього 4341 пропозиція. Найбільше падіння відбулося в перші дні війни: за тиждень з 28 лютого по 6 березня було опубліковано всього 370 нових вакансій при середньому довоєнному показнику 2–2,5 тисячі вакансій на тиждень. [5]

Певний відсоток біженців не повернуться до своїх домівок після закінчення війни з декількох причин: комусь не буде вже куди повертатись, адже за даними Державної служби з надзвичайних ситуацій лише за перший місяць війни було пошкоджено 3780 будинків та повністю знищено 651 об'єкт цивільної інфраструктури. А хтось залишиться у містах до яких мігрували через те, що знайшли нову роботу, знайомства, пристосувалися до нових умов.

З зовнішніми міграціями ситуація аналогічна. Завдяки підтримки світу — українці мають змогу в подальшому отримати громадянство в країнах до яких вимушені були наразі мігрувати. Оскільки більшість біженців розмістилось в країнах ЄС, де рівень життя та заробітні плати вищі за українські, певний відсоток громадян може скористатись можливістю залишитись жити в цих країнах. І на відміну від внутрішніх міграцій, коли кількість людей в країні, незалежно від регіону проживання, залишається сталою — це негативно вплине на демографічну ситуацію. Через зовнішні міграції зменшиться кількість українців.

Економічний вплив зовнішніх міграцій через війну також буде негативним. Якщо раніше гроші, зароблені за кордоном, всеодно потрапляли в Україну, оскільки заробітчани прагнули фінансово свої сім'ї, що залишались в Україні, то тепер ж за кордоном опинились якраз жінки з дітьми і необхідність відправляти гроші просто відпала. Навпаки з України їм приходять гроші.

*Список використаних джерел:*

1. Міграція населення [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Міграція\\_населення](https://uk.wikipedia.org/wiki/Міграція_населення)
2. Держстат [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
3. Міжнародна організація з міграції [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: <https://www.migrant.info.pl/o-iom-987.html>
4. Українські біженці, настрої та оцінки [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/ukrainski-bizhentsi-nastroi-ta-otsinky>
5. Сайт з пошуку роботи [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: <https://jobs.dou.ua/>

**Daria Liubovetska**

*Ivan Franko National University of Lviv*

**ANALYSIS OF MIGRATION PROCESSES IN UKRAINE**

Human migration is the movement of people from one place to another with intentions of settling, permanently or temporarily, at a new location. The war that started on 24 February 2022 has completely changed the structure of migrational processes. After the beginning of a full-scale war with russia, over 7.7 million Ukrainians became internally displaced people and more than 3.3 million residents left the country looking for safety, security and help.

*Keywords:* migration, internally displaced persons, refugees, internal migration, external migration, migrants

Яна Ляшко

Львівський національний університет імені Івана Франка  
yana.liashko@lnu.edu.ua

## НАПРЯМКИ ПОКРАЩЕННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ НА ЗАСАДАХ ВИКОРИСТАННЯ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ

Вирішення проблеми розвитку торгового бізнесу є можливим завдяки використанню новітніх технологій, що створюють інший формат торгівлі споживчими товарами, тим самим виводячи її на новий рівень конкурентоздатності. Виникає необхідність систематизації існуючих тенденцій ринку, особливо з позицій вимог споживача, а також існуючих інновацій в торгівлі як способу досягнення стійких конкурентних переваг. Сучасні методи розробки і підтримки маркетингових рішень, їх інформаційне забезпечення пропонують використовувати новітні управлінські інструменти, одним з яких є мерчандайзинг. «Мерчандайзинг – це комплекс заходів, спрямованих на організацію й управління торгово-технологічними процесами за допомогою регулювання оптимального рівня товарного запасу, розміщення товару на полицях, оформлення місця продажу товару на основі психологічних особливостей покупців з метою збільшення обсягів продажу даного товару» [4, с. 3].

Використання функцій мерчандайзингу та його сучасних форм дозволить перевести управління продажами на якісно новий рівень, надасть змогу забезпечити розвиток торгівельних закладів.

Ключовим завданням мерчандайзингу сьогодення є застосування новітніх технологій при плануванні магазину, його відділів та атмосфери у ньому, а також просування товарів через інноваційні інструменти.

Результативність діяльності підприємства роздрібною торгівлю напряму залежить від інноваційних підходів до організації торгових площ та їх інклюзивності. Важливо дбати про застосування ефективного інструментарію планування магазину, що забезпечить комплексний підхід в управлінні діяльністю магазину, об'єднуючи в собі створення і формування його цільової аудиторії, визначення її вподобань; чітке формулювання позицій концепції та тематики магазину; позиціонування магазину з-поміж конкурентів; контроль дотримання проектного планування розподілу торгових площ та місця розташування відділів магазину; додаткові заходи щодо збільшення обсягів продажу продукції та стимулювання збуту.

Формування атмосфери в магазині залежить від вміння мерчандайзингового відділу підібрати та створити умови ефективного використання нейромаркетингових засад, зокрема засобів аудіо- та аромаркетингу. Нейромаркетинг охоплює дослідження які взаємодіють із сенсорними та емоційними реакціями покупців на маркетингові дії та стимули.

Зазвичай у супермаркетах застосовується безліч елементів нейромаркетингу, які мають вплив на поведінку людей. Ще однією метою застосування нейромаркетингу є розпізнавання магазину з-поміж інших, а також як спосіб просування мережі. Створенню атмосфери магазину сприяє аромаркетинг. Запах має бути приємним, свіжим та не надто різким, щоб здійснювати вплив на сенсорно-нюхові органи людини.

Окрім застосування нейромаркетингу варто у закладах роздрібною торгівлю запроваджувати заходи діджиталізації, тобто процеси поширення новітніх технологій та цифрових інновацій у діяльності бізнес-процесів. Перехід до діджиталізованої економіки підприємствами роздрібною торгівлю спростило управлінські технології та процеси, а також сприяв розвитку ресурсів і фінансового забезпечення у магазинах, відбувається збільшення клієнтської бази тощо.

Для збільшення кількості відвідувачів у магазині, світовий досвід роздрібною торгівлю використовує перетворення традиційної концепції магазину на співіснування офлайн і онлайн торгівлю, поєднуючи їх в одне середовище. Головними напрямками розвитку в роздрібною торгівлю є: 1) інтеграція новітніх програмно-апаратних рішень: існує багато програм створених корпораціями-гігантами для підприємств роздрібною торгівлю, зокрема IBM, SAP, Microsoft тощо. Важливим вмінням є не лише застосувати програми інновацій, а й об'єднати їх; 2) впровадження аналітичних та інформаційних систем: дослідження прогнозованого попиту та вміння грамотно керувати запасами й поставками; 3) розвиток систем самообслуговування клієнтів: створення можливостей для споживачів, що допомагає підприємствам передбачати поведінку споживачів, прораховувати їх потреби й створювати персоналізовані спеціальні пропозиції. Для застосування інноваційних технологій важливо визначити позитивні та негативні впливи не лише на покупців, а й на підприємства роздрібною торгівлю. [1, с. 63]

У магазинах вводяться нові термінали оплати, створюються каси самообслуговування, розміщують сканери зчитування, створюють вільний доступ до Wi-Fi, з'являються електронні цінники а також застосування QR-кодів для отримання покупцями інформації про товари. На вітчизняному ринку сканери зчитування цін та інформації про товар не є поширеним явищем, проте, зазвичай, розташовуються у магазинах із широким асортиментом (зокрема у мережах «Нова Лінія», «Епіцентр», «Аврора», «ІКЕА» тощо). Впроваджуються термінали безконтактної безготівкової оплати: впровадження таких терміналів значно спростило касові операції та забезпечує безпеку платежів.

У магазинах створюють вільні точки доступу Wi-Fi, що допомагає збільшити кількість часу проведення покупців у торговій точці. Для ширшого залучення покупців у магазині сприяють спрощенню ними відслідковування спеціальних тижневих пропозицій, акцій або магазини створюють свої додатки. Зокрема мережа магазинів «Сільпо» та «7/23» створили свої додатки, де кожен із користувачів може накопичувати бонуси, а також отримувати вигоди. У магазинах доцільно використовувати систему електронних цінників, які під'єднуються до комп'ютерних систем та змінюються автоматично, ця ідея є доволі екологічною.

Запровадженні інноваційних систем у діяльності роздрібно-торгівельних закладів є затратною, проте це сприяє покращенню репутації магазинів, створенню конкурентних переваг, а також згодом принесе вищі прибутки.

Задля розуміння впливу нових мерчандайзингових інструментів на поведінку споживача застосовують теплові карти, що дозволяють оцінювати ситуацію в магазині: де підвищений попит на товари та скупчення покупців, а де «холодні» зони. Застосування теплових карт допомагає ефективно використовувати торгові площі, підвищувати якість надання послуг. Регулювання роботи мерчандайзингу, що базується на застосуванні таких технологій, сприяє аналізу продукції, на яку є збільшений попит, та корегує політику акцій та знижок на товари з отриманням найвищого прибутку.

Аналізуючи поведінку споживачів магазини роздрібною торгівлю додають у магазини новітні інновації. Також можна визначити маршрути у магазині, які є найбільш поширеними серед відвідувачів магазину. Здійснення контролю над відділом мерчандайзингу: відділ мерчандайзингу, мерчандайзери створюють звіт як по заходах, які застосовують у роздрібною торгівлю, так і по ефективності своєї діяльності. Застосування інноваційних технологій контролю відділів магазину та обслуговування відвідувачів, можлива оптимізація робочого графіку та скорочення витрат на заробітну плату персоналу.

Отже, щоб іти в ногу з часом, роздрібною торгівлю трансформується. У неї проникають інновації, новітні технології, що створюють нові можливості для торгівлю. З роками конкуренція на ринку роздрібною торгівлю збільшується. Вчасно застосувавши інноваційні інструменти мерчандайзингу можна отримати високі конкурентні переваги.

Сучасні інструменти мерчандайзингу базуються на використанні новітніх технологій і застосуванні інновацій, які дають можливість приваблювати споживачів, надавати їм вищий рівень сервісу, забезпечити найбільш повне задоволення його базових потреб із урахуванням розвитку онлайн технологій та застосування їх.

*Список використаних джерел:*

1. Бузовська О. М. Новітні технології у рітейлі: алгоритм перейняття зарубіжного досвіду для України- Молодіжний Економічний Дайджест. – 2015. – №4. – с. 62–67.
2. Лозовська Г. М. Аналіз ефективності заходів мерчандайзингу та їх роль у стратегії розвитку торговельного підприємства. Бізнес-навігатор. - 2016. - № 2. - С. 21-28.
3. Мигаль, О. Ф. Формування інструментів мерчандайзингу торговельного підприємства - Глобальні та національні проблеми економіки : електрон. наук. вид. Миколаївського національного університету ім. В. О. Сухомлинського. – 2015. – № 4. – С. 486-490.
4. Саранчук О. В., Зозульов О. В. Мерчандайзинг у роздрібній торгівлі промисловими товарами -Актуальні проблеми економіки та управління: Зб. наук. Праць. – К.: НТУУ «КпІ». – 2017. – № 11
5. Тягунова Н. М., Лісіца В. В., Іванов Ю. В. Мерчандайзинг: кредитно-модульний курс [текст] навч. посібник. К.: Центр учбової літератури, 2014. – 332 с.

**Liashko Yana**

*Ivan Franko National University of Lviv*

THE DIRECTIONS FOR FURTHER RETAIL TRADE EFFICACY IMPROVEMENTS ON THE BASIS OF MERCHANDISING ESTABLISHMENT

*Abstract:* The article is focused on considering the essence and the advantages of modern technologies adoption and innovations fostering via merchandising in retail trade management. Particular attention is paid to fundamental basis for the latest merchandising strategies regarding their implementation by the retailers in Ukraine.

*Keywords:* aromamarketing, audiomarketing, competitiveness, consumers, digitalization, innovation, marketing, merchandising, neuromarketing, new technologies, online or offline trade, retail business.

**Валентина Місько**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*  
*valentya.misko@lnu.edu.ua*

## **ЕЛЕКТРОННА ТОРГІВЛЯ В УКРАЇНІ ЯК ОБ'ЄКТ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ**

У зв'язку з активним розвитком електронної торгівлі та її стрімким проникненням у повсякденне життя значної частини населення нашої країни, важливим є питання правового регулювання цієї сфери, зокрема використання персональних даних та захисту прав споживачів. Правові механізми регулювання електронного бізнесу в Україні є недостатньо розроблені, що досить часто призводить до порушень прав споживачів і поширення шахрайства в мережі Інтернет.

*Метою дослідження* є узагальнити сучасну нормативно-правову базу у галузі регулювання електронної торгівлі в Україні, зокрема, у частині захисту персональних даних і прав споживачів.

Правове регулювання електронної торгівлі забезпечується, передусім, Законом України «Про електронну комерцію», який закладає основи діяльності у сфері електронної торгівлі та порядок укладення електронних правочинів, окремі аспекти також закладені в таких кодифікованих актах як Цивільний та Господарський кодекс, Кримінальний кодекс та Кодекс про адміністративні правопорушення.

Для регулювання захисту персональних даних Верховною Радою України 1 червня 2010 року прийнято Закон України «Про захист персональних даних», в якому визначено, що згода суб'єкта персональних даних на їх обробку надається добровільно під час реєстрації в інформаційно-комунікаційній системі.

Персональними даними є відомості чи сукупність відомостей про фізичну особу, яка ідентифікована або може бути конкретно ідентифікована за прізвищем, ім'ям, по-батькові, місцем знаходження або реквізитами документа, що посвідчує особу. В ідеалі, особа, дані якої були оброблені може пред'явити вимогу із запереченням проти обробки своїх персональних даних або затребувати їх зміни чи знищення у разі, якщо вони були використані з порушенням її прав та законодавства у даній сфері.

Відповідальність за недотримання законодавчих приписів у сфері захисту персональних даних регулюється Кодексом про адміністративні правопорушення та розглядається в судовому порядку. Основним видом покарання, яке передбачено за порушення прав суб'єкта персональних даних є штраф, який визначається за допомогою неоподаткованого мінімуму доходів громадян і диференціюється в залежності від масштабу завданої шкоди та особи правопорушника (посадова особа, суб'єкт господарської діяльності).

Виходячи із розміру неоподаткованого мінімуму доходів громадян станом на 2022 рік – 17 гривень та норм КУпАП, мінімальний розмір штрафу за порушення законодавства у сфері персональних даних становить 1 700 гривень, максимальний – 34 000 гривень.

Проте, наведені варіанти поведінки особи при порушенні її прав можуть бути застосовані у випадках, коли обробку персональних даних здійснювали підприємства, установи або організації, органи державної влади або місцевого самоврядування, а також фізичні особи-підприємці, тобто ті суб'єкти господарювання, яких можна певним чином ідентифікувати та притягти до відповідальності.

У інформаційно-комунікаційних системах зазвичай серйознішу небезпеку розповсюдження персональних даних та створення передумов для шахрайських дій несуть так звані «фішингові» сайти, які під видом надання послуг у сфері зв'язку, розсилаючи повідомлення про вигреш певної суми грошей або з проханям від імені банку підтвердити номер кредитної картки чи пароль від неї, отримують таким чином персональні дані користувачів.

У даному випадку, коли неможливо певним чином ідентифікувати власників або адміністраторів таких сайтів і застосувати норми Закону «Про захист персональних даних», притягнути шахраїв до відповідальності можна звернувшись до Департаменту кіберполіції Національної поліції України, одним із завдань якого є розгляд звернень і запитів громадян та інших суб'єктів господарювання, а також попередження, виявлення та припинення кримінальних правопорушень у галузі протидії кіберзлочинності.

Електронна торгівля, її стрімкий розвиток та інтеграція в економічну систему України також спричинила появу низки важливих питань і стосовно захисту прав споживачів при здійсненні покупок в мережі Інтернет або завдяки іншим інформаційно-комунікаційним технологіям.

В розумінні Закону України «Про електронну комерцію» особа, купуючи в Інтернеті певний товар, має укласти електронний договір – домовленість двох або більше сторін, спрямована на встановлення, зміну або припинення цивільних прав і обов'язків та оформлена в електронній формі. Тобто, фактично договір купівлі-продажу укладається в електронній формі, на відстані. За таких умов є досить складно об'єктивно оцінити певні характеристики товару, оскільки відсутня можливість фізичного огляду товару.

Для того, щоб забезпечити проінформованість споживачів щодо конкретного товару та його продавця Законом України «Про захист прав споживачів» передбачено, що при укладенні договору на відстані (тип договору, що використовується для здійснення електронної торгівлі), продавець зобов'язаний надати споживачу всю необхідну інформацію для прийняття рішення про купівлю. До неї належить інформація про найменування продавця, його місцезнаходження, характеристики продукції, її ціна та плата за доставку, гарантійні строки тощо.

Вищезгадані положення перегукуються із нормами Закону «Про електронну комерцію», де також вказані вимоги щодо забезпечення споживачів інформацією, проте окрім повного найменування юридичної особи або фізичної особи-підприємця, вимагаються ще й відомості про ліцензії, ідентифікаційний код або реєстраційний номер облікової картки платника податків, адреса електронної пошти тощо.

Перевірка згаданих відомостей дозволяє впевнитися у реальності функціонування фірми, відповідності зазначеного на сайті переліку продукції та послуг виду діяльності, який має бути вказаний в офіційних державних реєстрах або на аналітичних платформах типу YouControl. Хоча. Як показує практика, багато компаній відверто ігнорують дані законодавчі приписи та не завжди вказують інформацію про себе на власних сайтах або при електронній розсилці оферт, що значно ускладнює процес ідентифікації продавця.

При отриманні товару неналежної якості або товару, що має певні дефекти, або у разі порушення умов договору, споживач, керуючись отриманою інформацією, може отримати відшкодування витрат або безоплатне усунення недоліків, а також захищати свої права у судовому порядку.

Здійснення електронного правочину також має свої нюанси і стосовно оплати товару або послуги. Під час проведення розрахунків у сфері торгівлі, продавець має видати покупцю документ, який буде підтверджувати факт продажу товарів або надання послуг. Відповідно до Закону України «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг» такими документами вважаються товарний або видатковий чек, а також розрахункова квитанція.

При цьому варто зазначити, що квитанція про оплату, видана банківською установою, не вважається розрахунковим документом, тому що слугує лише підтвердженням факту переказу коштів з одного рахунку на інший. Відповідно такий документ не може бути доказом здійснення купівлі-продажу певного товару.

З огляду на такі умови здійснення купівлі, визначити продавця як реальну фізичну або юридичну особу є майже неможливим, а, отже, і притягнути його до відповідальності за шахрайство. Розслідування випадків шахрайства в частині захисту прав споживачів у сфері електронної комерції є компетенцією вищезгаданого Департаменту кіберполіції, який має відкрити провадження за статтею 190 КК України, тобто вчинення шахрайства, проте через недостатній обсяг інформації про продавця, така процедура є безрезультатною.

Особливо актуальною є дана проблема в сучасних реаліях, а саме запровадження воєнного стану в Україні та активних бойових дій на окремих її територіях, що створює умови для спекулювання на бажанні людей надати допомогу військовослужбовцям, забезпечити їх амуніцією або іншими життєво необхідними речами.

Зокрема, згідно з офіційним сайтом Департаменту кіберполіції відомо, що було відкрито кримінальну справу за фактом здійснення шахрайства, яке полягало у продажі неіснуючих товарів у соціальних мережах, тобто так званих аукціонах, кошти від яких мали йти на потреби військових [7].

Отже, проведений аналіз законодавства у сферах захисту персональних даних і прав споживачів, показує, що у теперішній час ця галузь є досить незахищена і відкрита для створення сприятливого середовища шахрайства. Причинами цього є «білі» плями в законодавстві, необізнаність споживачів щодо процедури захисту власних прав та, звісно, правовий нігілізм суб'єктів господарювання, які провадять діяльність у сфері електронної торгівлі.

#### *Список використаних джерел:*

1. Про захист персональних даних: Закон України від 01.06.2010 № 2297-VI. / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17#Text> (дата звернення 11.05.2022)
2. Кодекс України про адміністративні правопорушення: Закон України від 07.12.1984 №8073-X. Верховна Рада УРСР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/80731-10#Text> (дата звернення 11.05.2022)
3. Про затвердження Положення про Департамент кіберполіції Національної поліції України: Наказ Національної поліції України від 10 листопада 2015 року № 85. URL: <http://tranzit.ltd.ua/nakaz/> (дата звернення: 11.05.2022).
4. Про електронну комерцію: Закон України від 03.09.2015 № 675-VIII. / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text> (дата звернення 12.05.2022)
5. Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг: Закон України від 06.07.1995 №265/95-ВР. Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення 12.05.2022)
6. Про захист прав споживачів: Закон від 12.05.1991 №1023-XII. Верховна Рада УРСР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text> (дата звернення 12.05.2022)
7. Кіберполіція викрила ув'язненого колонії у шахрайстві під виглядом допомоги ЗСУ. *Офіційний сайт Департаменту кіберполіції Національної поліції України*. URL: <https://cyberpolice.gov.ua/news/kiberpolicziya-vykryla-uvyaznenogo-koloniyi-u-shahrajstvi-pidvyglyadom-dopomogy-zsu-5068/> (дата звернення 12.05.2022)

**Valentyna Misko**

*Ivan Franko National University of Lviv*

E-COMMERCE IN UKRAINE AS AN OBJECT OF LEGAL REGULATION

The thesis considers problems of legal regulation of e-commerce in Ukraine in relation to personal data protection and consumer rights

*Keywords:* e-commerce, personal data, consumer rights, legal regulation

**Анастасія Мазур**

Львівський національний університет імені Івана Франка  
 anastasiia.mazur@lnu.edu.ua

## НАПРЯМКИ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ СТАРТАПІВ В УМОВАХ ВІЙНИ

Діяльність стартапів в останні роки зазнала значних змін. В умовах пандемії COVID-19, на початкових етапах стартапи мали проблеми із пошуком фінансування та проводили адаптування до роботи у дистанційному форматі. При цьому ситуація для стартапів, які мали ідею у сфері здоров'я створила позитивний характер, оскільки, стартапери адаптували власну ідею до попиту на ринку, вийшли на іноземні ринки та отримали фінансування від закордонних фондів (IOON, Elomia).

Повномасштабне військове вторгнення Росії в Україну змусило стартаперів приймати рішення в умовах обмеженого часу щодо подальшої діяльності. За результати опитування Українського фонду стартапів, більшість команд залишилися в Україні (71 %), лише 1 % повністю виїхав з країни [1]. Важливим аспектом щодо подальшої фінансової підтримки стартапів виступає те, що значний відсоток повністю та частково продовжують свою діяльність, однак, наявність заощаджень на тривалий термін мають 7,6 % (рис.1.).

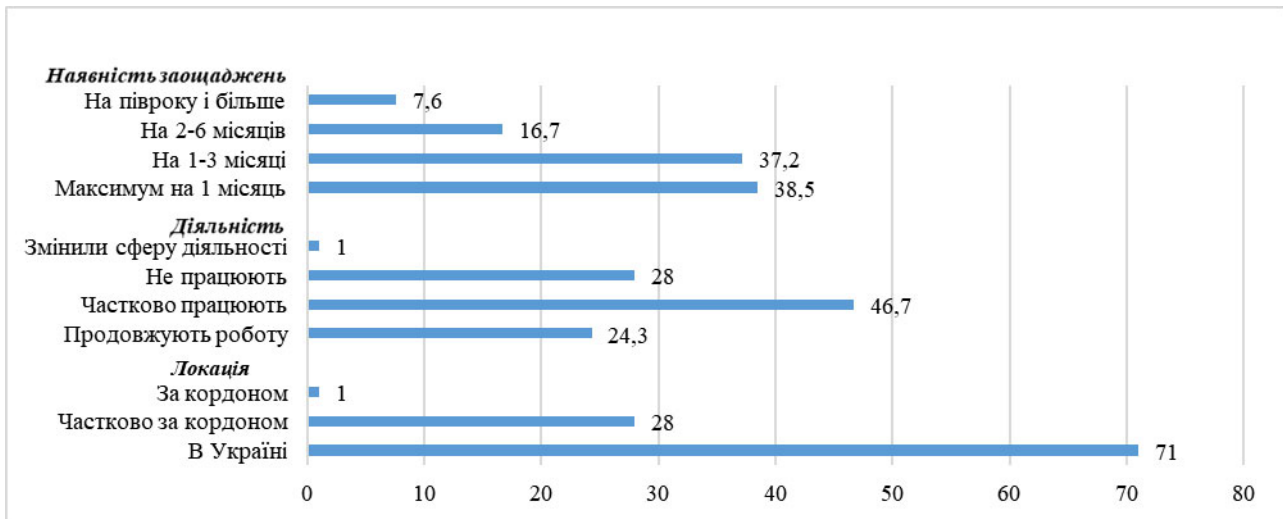


Рис.1. Результати опитування стартапів (у %) [1]

В умовах війни українські стартапи активно почали проводити роботу у напрямку волонтерства та долучення до ІТ-напрямків (табл.1.).

Таблиця 1

### Напрямки діяльності стартапів

Стартап	Опис основної діяльності	Діяльність в умовах війни	Можливості та виклики
Bank of Memories	Платформа для збереження найважливіших даних родин та передавання їх наступним поколінням	Волонтерство, евакуація людей, доставлення гуманітарної допомоги з кордону, акумуляція коштів, робота в кіберармії, охорона країни в зонах бойових дій. Створення сайту з набору в тероборону, брали участь у створенні "Співдія".	Пошук варіантів фінансування та підтримки від фондів. Швидкість та прозорість отримання грантів на конкретні цілі. Введення стартап візи для іноземців, щоб вони могли працювати в Україні і додавали diversity у спільноту.
GIOS	Платформа для вивчення математики	Промова на Генеральній Асамблеї WBAF, досвідання до волонтерського руху, ІТ-армії, соціальні мережі стали гуманітарними майданчиками, створення маркетплейсу для допомоги	Швидка адаптація продукту, просування та отримання живого доходу. Пошук різних джерел фінансування, навіть не типові для стартапу, щоб підтримувати команду, клієнтів та партнерів.

\*складено автором за інтерв'ю сайту "Українські кластери" [2]

Окремим напрямком мікроінвестицій стали стартапи у сфері військових технологій. Важливим аспектом перемоги у війні автори [3, с.30-31] виділяють інноваційний розвиток та конкурентоспроможність, насамперед, воєнно-промисловий комплекс. «Україні зараз потрібні нові розробки, модернізація та високотехнологічне виробництво найсучаснішої зброї, яка може забезпечити успішне протистояння в бойових атаках. А це потребує збільшення кількості науково-технічних і технологічних розробок в українському військово-промисловому комплексі» [3, с.31]. Даний напрямок може стати одним із пріоритетних у розробленні подальших інноваційних стратегій України та нових спільних проєктів держави і стартапів.

Отже, діяльність стартапів в умовах війни направила на перекваліфікацію працівників, роботу з волонтерськими проєктами, створення захисту інформаційного простору, перебудова структури опрацювання зовнішніх ринків, масштабування та вихід на нові ринки Європи та Америки, адаптація продукту до нового ринку. Засновники стартапів у період війни пов'язані із значним збільшенням ризику, однак, проводять ведення ділової дипломатії з міжнародною спільнотою щодо фінансової та гуманітарної допомоги Україні, і не продовження економічних зв'язків з Росією. Стартапи, які вже були на ринку та мали можливість відправити частину співробітників у офіси за кордоном або у регіони, де не ведуться бойові дії продовжили діяльність безпосередньо із напрямком стартапу та готуються до залучення зовнішнього капіталу, участі у грантових програмах.

*Список використаних джерел:*

1. Startup Voice: Результати опитування стартап-екосистеми України. URL: <https://usf.com.ua/startup-voice-rezultati-opituvannya-startap-ekosistemi-ukraini/>
2. Українські кластери. URL: <https://ucluster.org/blog/category/%d1%81%d1%82%d0%b0%d1%80%d1%82%d0%b0%d0%bf%d0%b8/>
3. Михасюк І., Гукалюк А., Косович Б. Інновації як чинник підвищення конкурентоспроможності України в умовах макроекономічної нестабільності. *Вісник Львівського університету. Серія економічна.* № 60. С.29-40

**Anastasia Mazur**

*Ivan Franko National University of Lviv*

**AREAS OF ACTIVITY OF UKRAINIAN STARTUPS DURING THE WAR**

The activity of startups in the conditions of war was analyzed. Areas that have become additional to the main activities of startups was identified.

*Keywords:* startup, opportunities, development.



Вадим Мазур

Львівський національний університет імені Івана Франка  
hm.ama571@gmail.com

## ІННОВАЦІЙНА МОДЕРНІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ ДЕРЖАВИ ЯК ЧИННИК ЇЇ РОЗВИТКУ

Інноваційна модернізація економіки, розвиток інновацій та їх впровадження дають можливість покращувати добробут населення держави і ефективність підприємств, що впливає на процвітання як окремих галузей, так і економіки країни в цілому. Інноваційна модернізація економіки покликана збільшувати ефективність виробництва, підвищувати продуктивність праці, створювати економію на продукованні одиниці продукції, покращувати якість надаваних послуг, пришвидшувати їх отримання, тому завжди залишається актуальною для усіх країн світу. Тому уряду України варто покращувати можливості та заохочувати представників малого, середнього і великого бізнесу займатись інноваційною модернізацією своїх підприємств та діяльності в цілому, не зважаючи на якому рівні вона здійснюється – національному чи міжнародному.

Досягнення науки і технології визначають не тільки динаміку економічного зростання, але і рівень конкурентоспроможності держави у світовому співтоваристві. На жаль, частка України у світовому ринку наукомісткої продукції складає близько 0,3%, а частка інноваційної продукції – менше 5% від загального обсягу промислової продукції [2, с. 37].

Головна мета інноваційного типу розвитку полягає в отриманні максимального економічного ефекту від кожної одиниці впровадженого і перетвореного на товар винаходу та ідеї. Разом з тим інтелект і знання є одними з головних резервів країни. Для його застосування у країні є головне – це освічені кадри та наука, але, на жаль, вони не використовуються в повній мірі, тому що немає достатнього внутрішнього попиту на інтелект і нові знання, немає ефективної інфраструктури, яка цей попит забезпечить. Інтелектуальні ресурси суспільства створюють фундаментальну науку, що є підґрунтям для реалізації сучасних інноваційних технологій.

Впровадження моделей інноваційного розвитку та модернізації національної економіки, які ефективно функціонують в економічно розвинутих країнах, в Україні суттєво ускладнює існуюча структура ВВП, так як головним джерелом валютних надходжень до державного бюджету залишаються гірничо-металургійний комплекс (32%), частково харчова та переробна галузі (25%), мінеральні продукти (10%), хімічна промисловість (8%). А власники цих виробництв до останнього часу фактично не здійснювали технологічну модернізацію промислових підприємств, оскільки й без цього мали певні конкурентні переваги на світових ринках за рахунок відносно дешевої робочої сили, сировини та енергоносіїв. У посткризовій економічній ситуації стан зовнішньоторговельного балансу української економіки лише погіршується, що підкреслює стратегічну безперспективність теперішнього місця України серед країн світу. Основна стратегія тих, хто контролюють ключові сектори української економіки, – збільшити свої прибутки, ігноруючи загальну деградацію національного господарського комплексу, зростаюче технологічне відставання, кризові процеси у науці та освіті [3, с. 141].

У розвинутих країнах світу показник приросту ВВП за рахунок впровадження нових технологій становить 60–90%, тоді як в Україні він складає менше одного відсотка. Хоча Україна за кількістю науковців входить до першої десятки країн світу [4, с. 77].

І звісно не можна не згадати про технологічну структуру національної економіки, яка характеризується розподілом галузей промислового комплексу України за технологічними укладами (табл. 1):

Таблиця 1

Розподіл галузей промислового комплексу України за технологічними укладами

Технологічний уклад	Характеристика	Питома вага у структурі виробництва
ІІІІ	Низькотехнологічні галузі промисловості: виробництво та переробка	49-53%
ІVІV	Середньо-низькотехнологічні галузі промисловості: гумові й пластмасові вироби, інші неметалічні мінеральні продукти, суднобудування, базові метали, машинобудування(без електричного та електронного устаткування)	40%
VV	Середньо-високотехнологічні галузі промисловості: виробництво електричного та електронного устаткування, машинобудування, фармацевтика	6-8%
VІVІ	Високотехнологічні галузі промисловості: біотехнології, системи штучного інтелекту, глобальні інформаційні мережі та інтегровані високошвидкісні транспортні системи	1-3%

Поглянувши на дані таблиці, можна зробити висновок, що галузева структура України це також один з векторів, на який потрібно звернути увагу при плануванні та впровадженні інновацій у найближчому майбутньому.

Таким чином, зрозуміло, що інноваційна модернізація і впровадження інновацій в економічні процеси в державі – є одним із шляхів, який потрібно не просто розглядати як один з можливих, а безпосередньо визначити пріоритетним у подальшій розбудові економіки і почати застосовувати на практиці. Економіка цього потребує для того, щоб ставати більш конкурентоспроможною на міжнародному економічному просторі та перш за все покращувати добробут тих, хто живе і працює в Україні.

Список використаних джерел:

1. Ключник А.В. Організаційно-економічне забезпечення залучення іноземних інвестицій в аграрний сектор економіки Миколаївської області / А.В. Ключник, М.Д. Бабенко // Вісник аграрної науки Причорномор'я. – 2008. – вип. 1. – С. 31-37.
2. Мерніков Г.І. Модернізація України і досвід Китаю / Г.І. Мерніков // Стратегічні пріоритети. – 2011. – № 3 (20). – С. 137–145.
3. Данік Н.В. Інноваційний розвиток економіки України / Н.В. Данік // Всеукраїнський науково-виробничий журнал Інноваційна економіка – 2012. – № 2 (28). – С. 36-39.

Vadym Mazur

Ivan Franko National university of Lviv

INNOVATIVE MODERNIZATION OF ECONOMICS OF COUNTRY AS A FACTOR OF ITS DEVELOPMENT

In this thesis is described how innovations influences economics of Ukraine. Analysed ways to make national economic more efficient.

Keywords: innovative modernization, development of economics, innovation of national economics.

Аделіна Максименко

Львівський національний університет імені Івана Франка  
maksimenkoff@gmail.com

## ОБЛІК В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ СУБ'ЄКТІВ БІЗНЕСУ

Будь-яке підприємство розглядається як відкрита економічна система, на функціонування якої здійснюють вплив зовнішні та внутрішні чинники. Вплив таких чинників значно посилюється в умовах перехідної економіки та вимагає розробки та застосування ефективної системи інформаційного забезпечення. На сьогоднішній день інтегровані інформаційні системи, як правило, мають складну структуру і ієрархію побудови, яка залежить від індивідуальних характеристик виробничих суб'єктів та їх організаційної побудови. Інформаційна система підприємства нерозривно пов'язана з механізмом управління підприємством. Важливий та необхідний етап вдосконалення системи управління – це дослідження і аналіз існуючих процесів управління і руху інформації, на базі яких повинно здійснюватися прийняття управлінських рішень.

У процесі обробки та використання облікової інформації перебуває в постійному русі. Одним з основних елементів системи інформаційного забезпечення управління витратами виробництва є потоки інформації. Під потоком інформації розуміють цілеспрямований рух інформації від джерела до споживачів. Кількість потоків інформації, їх інтенсивність та структура визначаються індивідуальними особливостями функціонування промислового підприємства та галузевою приналежністю. Рационалізація потоків інформації має за мету виключити дублювання інформації, мінімізувати маршрути її проходження і забезпечити раціональний обмін інформацією між центрами управління.

Облікова інформація, що використовується при управлінні взагалі і при формуванні управлінських рішень зокрема, повинна:

- а) забезпечити одержання з мінімуму первинних даних максимум вторинних, похідних;
- б) містити дані не лише про тих процеси і явища, що можна спостерігати і вивчати безпосередньо, але і про ті, що виявляються побічно;
- в) відображати як прями зв'язки, що йдуть від суб'єкта управління до об'єкту, так і зворотні, необхідні для коригуючих дій;
- г) бути своєчасною, тобто надходити в розпорядження осіб, керуючих виробництвом тоді, коли ще є час для втручання в діяльність керованого об'єкту;
- д) дотримуватись адресності і доцільності, тобто попадати саме до тих споживачів, яким дана інформація необхідна для правильності прийняття управлінських рішень;
- е) бути точною і неупередженою, ґрунтуючись на конкретних матеріалах, опрацьованих спеціалістами.

Розглядаючи інформаційну забезпеченість формування управлінських рішень, слід також звертати увагу на те, що в умовах цієї забезпеченості виникають потоки інформації. Варто оцінити, інформацію якого характеру, в якій кількості, за які періоди діяльності підрозділу, що управляється, в які терміни, в якому вигляді, з яких джерел і в які пункти її переробки повинна надходити, щоб забезпечувалася можливість своєчасного вироблення ефективних рішень. Дані про отримання й інтенсивність інформаційних потоків необхідні також для того, щоб раціонально розподілити обов'язки з прийняття управлінських рішень.

Недоліки існуючої системи облікової інформації можна виділити за такими напрямками:

- Запізнення постушення та представлення інформації, що веде до затримки прийняття рішень та впливає на оперативність управлінських дій;
- Дублювання інформаційних потоків різних рівнів управління процесом виробництва продукції, надання послуг та витратами діяльності;
- нестача облікової інформації в окремих її видах, відсутність комплексного представлення необхідної та достатньої інформації.

Протягом тривалого періоду на підприємствах робилися спроби усунути недоліки існуючої інформаційної системи за допомогою нових форм управління, децентралізації повноважень саморегулювання в масштабі підприємства, однак це не призвело до суттєвих змін, незважаючи на те, що й були помітні й деякі якісні зрушення.

Вдосконалення системи інформації, впорядкування її потоків, окрім підвищення ефективності управлінських дій, необхідне ще як основа для вдосконалення організаційної структури управління – впорядкування розподілу спеціалізованих завдань, встановлення раціонального утримання функцій управління, вдосконалення на цій основі структури апарату управління, розподіл обов'язків і прав з управління виробництвом між окремими особами, розподіл відповідальності за прийняття і виконання управлінських рішень.

Інформаційна система забезпечення управління складається з взаємопов'язаних інформаційних потоків економічної інформації. Основу інформаційної системи складають потоки облікової інформації, а отже ефективність інформаційного забезпечення управління залежить від інтенсивності потоків облікової інформації та їх впорядкованості.

При виборі конкретної методології управлінського обліку враховувати такі три аспекти управління бізнесом, як технологію бізнесу в цілому та конкретного виду діяльності зокрема, облікову політику підприємства, нормативно-правове регулювання конкретного виду діяльності. При формуванні підсистеми управлінського обліку слід виділити три взаємопов'язані складові, а саме система обліку витрат, система управлінської ендогенної звітності, систему основних показників діяльності, параметри і зміст яких слід визначити самостійно виходячи з умов функціонування підприємства. Саме виходячи з такої генерації підсистеми управлінського обліку слід розробляти механізми формування облікових інформаційних потоків.

*Список використаних джерел:*

1. Канцедал Н. А. Бухгалтерський облік цифрової епохи: розширення термінологічних кордонів *Accounting and Finance*. № 1 (83). 2019. С. 29–34. URL: <http://www.afj.org.ua/ua/article/631>.
2. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.99 No 996 -XIV зі змінами та доповненнями від 30.09.2015, підстава 675-19. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua>.
3. Budgeting development under conditions of digital economy/Bradul, A., Shepeliuk, V., Bandura, Z., Kril, Y., Moskal, N. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 2020, 24(3), pp. 1-9

**Adelina Maksimenko**

*Ivan Franko National University of Lviv*

### ACCOUNTING IN THE BUSINESS MANAGEMENT SYSTEM OF BUSINESS ENTITIES

Considering the information security of managerial decisions, it should also be noted that in the context of this security there are flows of information. Management information system consists of interrelated information flows of economic information. The basis of the information system is the flow of accounting information, and therefore the effectiveness of management information depends on the intensity of flow flows and their ordering.

*Keywords:* information, management, accounting, information flows.

**Ярослав Мартинюк**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*  
*yaroslav.martyniuk75@gmail.com*

## **РОЛЬ ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ У РЕГУЛЮВАННІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ**

Економічний розвиток країни залежить від наступних факторів: обсяги інвестицій, підприємницька активність, інноваційна спроможність держави, інноваційно-технологічний уклад економіки, людський капітал, адміністративні бар'єри, рівень фінансового регулювання економіки, інфраструктура тощо. Проте суттєвішу роль та куди більший вплив на розвиток національної економіки має податкова політика, оскільки вона має чи не найбільший вплив на всі вище перераховані фактори.

Державна податкова політика – це діяльність держави, яка спрямована на встановлення правового регламентування та організації справляння податків і податкових платежів у централізовані фонди грошових ресурсів держави [1].

Місія Міністерства фінансів України полягає у фінансовому забезпеченні виконання державних функцій на основі виваженої бюджетної політики, створенні умов для стабільного розвитку економіки шляхом управління державними фінансами за принципами збалансованості, ефективності, неупередженості, цілісності, стійкості та прозорості. Міністерство фінансів України являється органом, який безпосередньо забезпечує формування та реалізацію єдиної державної податкової політики, державної політики з адміністрування єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування, державної політики у сфері боротьби з правопорушеннями під час застосування податкового законодавства, а також законодавства з питань сплати єдиного внеску. Основними пріоритетами Міністерства фінансів України у забезпеченні формування та реалізації державної податкової політики є [2]:

- підвищення ефективності, стабільності та прогнозованості податкової системи;
- підвищення якості та ефективності податкового адміністрування;
- ефективне акумулювання ресурсів, необхідних для виконання державою своїх функцій;
- забезпечення справедливості та рівності податкової системи її адаптацію до норм та правил Європейського Союзу;
- відсутність негативного впливу для ведення бізнесу та сприяння економічному розвитку;
- розширення бази оподаткування.

Державна податкова служба України (далі – ДПСУ) є центральним органом виконавчої влади, діяльність якого спрямовується і координується Кабінетом Міністрів України через Міністра фінансів і який реалізує державну податкову політику, державну політику з адміністрування єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування. Відповідно до Положення про Державну податкову службу України [3], основними завданнями ДПСУ є:

1) реалізація державної податкової політики, здійснення в межах повноважень, передбачених законом, контролю за надходженням до бюджетів та державних цільових фондів податків, зборів, платежів, державної політики у сфері контролю за виробництвом та обігом спирту, алкогольних напоїв, тютюнових виробів, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, пального, державної політики з адміністрування єдиного внеску, державної політики у сфері контролю за своєчасністю здійснення розрахунків в іноземній валюті в установленні законом строк, дотриманням порядку проведення готівкових розрахунків за товари (послуги), проведення розрахункових операцій, а також за наявністю ліцензій на провадження видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню відповідно до закону;

2) внесення на розгляд Міністра фінансів пропозицій щодо забезпечення формування:

- державної податкової політики;
- здійснення контролю за надходженням до бюджетів та державних цільових фондів податків, зборів, платежів;
- державної політики у сфері контролю за виробництвом та обігом спирту, алкогольних напоїв, тютюнових виробів, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, та пального;
- державної політики з адміністрування єдиного внеску, а також у сфері боротьби з правопорушеннями під час застосування законодавства з питань сплати єдиного внеску;
- державної політики у сфері контролю за своєчасністю здійснення розрахунків в іноземній валюті в установленні законом строк, дотриманням порядку проведення готівкових розрахунків за товари (послуги), проведення розрахункових операцій, а також за наявністю ліцензій на провадження видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню відповідно до закону.

Основним документом, що регулює відносини, пов'язані із встановленням, зміною та скасуванням податків і зборів в Україні, визначає вичерпний перелік податків і зборів, що справляються в Україні, та порядок їх адміністрування, платників податків і зборів, їх права та обов'язки, компетенцію контролюючих органів і повноваження їх посадових осіб під час здійснення податкового контролю та інших адміністративних функцій, а також відповідальність за порушення податкового законодавства є Податковий кодекс України [4].

За допомогою податкової системи держава активно втручається в роботу ринку, регулює розвиток виробництва, сприяючи прискореному зростанню одних галузей або форм власності і "погіршенню" інших. Держава формує свої доходи і цілеспрямовано впливає на економіку. Найбільш поширені наступні методи податкового регулювання: зміна маси податкових надходжень; заміна одних способів або форм обкладення іншими; диференціація ставок податків; зміна податкових пільг і знижок; зміна сфер поширення податків та ін. Оподаткування сприяє виникненню фондів, за допомогою яких держава може: [5, с. 147].

- фінансувати витрати на просте і розширене відтворення в народному господарстві;
- фінансувати соціальне та пенсійне забезпечення, освіту, медицину і т.д.;
- фінансувати забезпечення охорони та здоров'я;
- фінансувати утримання законодавчих, виконавчих і судових органів державної влади та управління;
- надавати кредити і безвідплатну допомогу іншим країнам.

При побудові державної податкової політики повинні враховуватись розбіжності в інтересах платників податків та самої держави. Практично кожен підприємець бажає сплатити якомога меншу суму податків, оскільки основною його ціллю є максимізація прибутку, що може бути можливим і завдяки збільшенню обсягів виробництва, і завдяки зниженню витрат, в число яких і входить сплата податків. А держава ж, в свою чергу, яка виконує функції регулятора процесу суспільного виробництва в цілому, намагається шляхом застосування фіскальних інструментів перерозподілити прибуток, одержаний підприємцем, і за рахунок виділеної частки досягти якомога повнішого забезпечення суспільних, а в першу чергу соціальних потреб. Проте, якщо виходити з того, що ефективність податкової політики визначається чіткістю її функціонально-цільового призначення, звуження поняття інтересів держави до наповнення бюджету є неправильним, бо держава не менше зацікавлена в ефективному господарюванні і розвитку господарюючого суб'єкту, що спричиняє стабільні податкові надходження і їх збільшення в майбутньому, а отже – економічний та соціальний прогрес. Усвідомлення цього дозволяє максимально наблизити інтереси держави до інтересів суб'єктів господарської діяльності та досягти їх соціально-економічного партнерства у досягненні бажаних результатів суспільного виробництва.

Податкова політика, у свою чергу, повинна забезпечувати вирішення таких основних завдань, як встановлення оптимальних податків, які не будуть перешкоджати розвитку підприємництва, забезпечення надходження до бюджету коштів, достатніх для задоволення державних потреб. Тому головним завданням податкової політики є встановлення балансу між двома чинниками, якими визначається потреба у податках – необхідністю фінансового забезпечення виконання державою притаманних їй функцій та вирішенням соціально-економічних завдань. Призначення податкової системи полягає не лише у збиранні податків та забезпеченні доходної частини бюджету для виконання державою своїх функцій, але й у сприянні досягненню стратегічної мети розвитку національної економіки. Ефективне функціонування податкової системи детермінує фінансову незалежність будь-якої держави, створює умови для розвитку економіки та бізнесу і є однією з основних та визначальних складових діяльності держави [6, с. 1].

Сутність регулювання економічних процесів шляхом застосування засобів податкової політики полягає в тому, що за допомогою цих інструментів стимулюються зміна поведінки учасників процесу суспільного виробництва, яка полягає в переорієнтуванні ресурсів на виконання завдань, які стоять перед всією економічною системою в цілому.

Тому, для проведення об'єктивної оцінки податкової політики потрібно брати до уваги такі критерії, як задоволення фіскальних потреб держави (що включає достатність та еластичність податкових надходжень, яка трактується в даному випадку як можливість швидкого збільшення абсолютної суми податкових надходжень без значної зміни податкової системи) і вплив податкової політики на відтворювальні процеси та вирішення соціальних завдань. На період воєнного часу держава в контексті регулювання національної економіки прийняла рішення зменшити податкове навантаження на вітчизняних підприємців за рахунок внесення змін до податкової політики, найбільш вагомими з яких можна виділити відміну обов'язковості сплати ЄСВ на період воєнного часу, часткове послаблення ставки або відміна ПДВ на ряд критично необхідної продукції та тимчасову відміну акцизу для всіх видів пального. Судячи з таких дій, можна зробити висновок, що держава докладає значних зусиль, щоб запустити економіку, яка повністю зупинилась із початком повномасштабного вторгнення Росії, і має успіх на цьому шляху, бо вище описані зміни лише позитивно відображаються на національній економіці.

*Список використаних джерел:*

1. Податкова політика. Офіційний веб-сайт Міністерства фінансів України, 2017. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://mof.gov.ua/uk/tax-policy>
2. Про схвалення Стратегії реформування системи управління державними фінансами на 2017-2020 роки : Розпорядження Кабінет Міністрів України від 08.02.2017 року № 142-р [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/142-2017-r#Text>
3. Положення про Державну податкову службу України : затверджене постановою Кабінету Міністрів України від 6.03.2019 р. № 227 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://tax.gov.ua/pro-sts-ukraini/pologennya/>
4. Податковий Кодекс України : Закон України від 07.05.2022 року № 2755-VI [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#top>
5. Третякова О.В. Вплив податкової політики на економічний стан та подальший розвиток країни. Науковий вісник Херсонського державного університету. Херсон, 2014. с. 147 [Наукова стаття] – Режим доступу: [http://www.ej.kherson.ua/journal/economic\\_05/247.pdf](http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_05/247.pdf)
6. Барін О. Р. Правові основи податкової системи України: сучасний стан, основні елементи, принципи. Національний університет «Одеська юридична академія». Одеса, 2018. с. 1 [Наукова стаття] – Режим доступу: [http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/9947/Aref\\_Barin.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/9947/Aref_Barin.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

**Martyniuk Y. S.**

*Lviv national university of Ivan Franko*

TAX POLICY ROLE IN NATIONAL ECONOMY REGULATION

*Keywords:* tax, tax policy, tax system, state, system of tax administration.

Ірина Мартиняк

Львівський національний університет імені Івана Франка  
iryna.martyniak@lnu.edu.ua

## КОНСОЛІДАЦІЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ЗАСОБАМИ MS SQL SERVER

В Україні, як і в усьому світі, зростає роль корпоративної звітності особливого виду – консолідованої фінансової звітності. Причинами цього стає глобалізація бізнесу, укрупнення корпорацій внаслідок злиття та поглинання, подолання державних кордонів і розвиток транснаціональних корпорацій, активний вихід вітчизняних компаній на міжнародні фондові ринки. Методологія консолідації досить складна, але в той же час логічна і виправдана, оскільки вона впливає з економічної сутності бізнесу та ролі звітності як інформаційної бази для прийняття рішень.

Консолідована інформація – це одержані з декількох джерел та системно інтегровані інформаційні ресурси, яким сукупно властиві такі ознаки, як повнота, цілісність і несуперечність, і які є адекватною інформаційною моделлю проблемної області з метою її аналізу, опрацювання та ефективного використання задля підтримки прийняття управлінських рішень. На рис.1 представлено процес формування консолідованої інформації та її використання під час розроблення управлінських рішень.[1].



Рис.1. Процес формування та використання консолідованої інформації

Консолідація властива обліково-аналітичній інформації. Процеси консолідації інформації відбуваються в бухгалтерському обліку, і під час підготовки фінансової звітності, і в аналітичній роботі, і в процесі контролю за діяльністю підприємства, і в аудиті. Першим рівнем консолідації облікової інформації є узагальнення даних поточного синтетичного та аналітичного обліку в оборотних відомостях, другим – процес формування фінансової звітності, зокрема балансу підприємства, третім – формування консолідованої фінансової звітності для об'єднань підприємств, четвертим – процеси узагальнення інформації за галузями економіки чи регіонами, п'ятим – на рівні держави і, нарешті, шостий – на рівні міждержавних об'єднань. [2].

Методологічні основи консолідації фінансових звітів висвітлені в національних Положеннях (стандартах) бухгалтерського обліку та в Міжнародних стандартах фінансової звітності. Процес консолідації є комплексом облікових операцій і дій методичного й організаційного характеру, які перебувають у нерозривному взаємозв'язку і взаємозалежності. Будь-який великий обсяг даних вимагає управління. У сучасному цифровому світі вся цінна інформація організовується і заноситься в бази, для управління якими використовують СУБД і мову SQL.

Інструменти управління SQL – це програмний пакет для управління, порівняння, адміністрування та розвитку баз даних. MySQL можна використовувати для таких завдань: модифікація нової або існуючої структури БД, зміна параметрів безпеки системи, налаштування повноважень користувача для управління інформацією, отримання інформації з бази даних, оновлення вмісту бази даних.[3].

Досить поширеними формами звітності для аналізу та проведення аудиту на підприємстві є Головна книга (General Ledger) та оборотно-сальдова відомість (Trial Balance). На основі цих документів розглянемо застосування запитів та функцій SQL для консолідації фінансової звітності.

Головна книга – це основний набір рахунків, на якому підсумовуються всі операції, що відбуваються в організації. Головна книга складається з усіх індивідуальних рахунків, необхідних для обліку операцій з активами, зобов'язаннями, власним капіталом, доходами, витратами, прибутками та збитками підприємства.

Оборотно-сальдова відомість – це звіт, який створюється наприкінці звітного періоду, у якому вказується кінцевий баланс по кожному рахунку головної книги. Звіт в першу чергу використовується для забезпечення того, щоб загальна сума всіх дебету дорівнювала загальній сумі кредиту, а це означає, що в системі бухгалтерського обліку немає незбалансованих записів, які унеможливають створення точної фінансової звітності. Для перевірки звітності аудитором, головна книга має мати певний стандартизований вигляд і для того, щоб звести дані до такого вигляду використовуємо функції SQL для роботи з даними.

Оскільки, Головна книга має величезну кількість транзакцій нам потрібно погрупувати усі транзакції по рахунках і співставити з оборотно-сальдовою відомістю. Для того щоб зробити групування і додавання усіх сум транзакцій використаємо функція «Select ... from», яка обирає задану колонку даних з таблиці. Функцію «sum» використовується для того, щоб просумувати потрібні нам значення. І для того, щоб правильно обрати суми з дебету та кредиту нам потрібно прописати умову за допомогою функції «case ... when ... else ... end». Якщо колонка Індикатор містить значення D, то вибираємо ці дані в нову колонку значень дебету, в іншому випадку відносимо в кредит. Усі суми ми групуємо по колонці Рахунок за допомогою «Group by», і функція «Order by» виводить результат по зростанню значень колонки по якій групуємо. Створити таблицю стандартного вигляду з даними Головної книги можна кількома варіантами. Якщо нам потрібно дані з існуючої бази даних, ми використовуємо функцію «select ... into». Якщо ми вносимо в таблицю дані самі, то можемо використовувати функцію «create table». Після функції select потрібно прописати назву нової колонки, а потім конвертувати її у потрібний нам тип даних. В нашому випадку використовуємо лише два типи даних текстовий – varchar та числовий – numeric, та зазначаємо максимальний розмір даних у клітинці. В дужках після типу даних прописуємо назву колонки, яку потрібно обрати із завантаженої раніше таблиці даних. У першій колонці нам необхідно прописати код підприємства, для цього замість назви колонки, в лапках зазначаємо ту інформацію, яку потрібно відобразити для всієї колонки. Для того, щоб отримати короткий номер рахунку ми використовуємо функцію «left». Ця функція дозволяє нам витягнути лише кілька символів зліва. Так само працює і функція «right».

Для роботи із колонкою дати можна застосувати коди, які за умовчанням конвертують дату у потрібний вигляд. Для фінансової звітності важливим є період, в який відбулась транзакція. Зазвичай періодом служить місяць. Для того, щоб витягнути місяць з дати можна використовувати функцію «month», колонка у форматі дати або функцію «substring», якщо колонка у форматі тексту. Функція «substring» вибирає необхідну кількість символів з заданого початкового символа.

Для внесення змін у таблицю використовуємо «alter table» і «add», щоб додати колонку. Для присвоєння нових значень цій колонці використовуємо «set». Для того щоб пофільтрувати дані від яких будемо віднімати чи додавати числа використовуємо функцію «where», яка здійснює операцію лише над тими даними, для яких виконується задана умова.

Для консолідації звітності за допомогою SQL, аналітик описує лише дані, які потрібно витягнути або модифікувати. Яким саме чином це зробити, вирішує СУБД безпосередньо при обробці SQL-запиту. Не слід вважати, що це повністю універсальний принцип – аналітик описує набір даних для вибірки, проте йому бажано знати, як СУБД інтерпретуватиме текст його запиту. Такі моменти стають особливо критичними при роботі з великими базами даних та зі складними запитам – чим складніше сконструйований запит, тим більше варіантів його виконання. Ці варіанти можуть дуже відрізнятися за швидкістю виконання та використаними ресурсами, хоча результат має бути однаковим. Інструментальні засоби SQL дають змогу здійснити всі необхідні перетворення та групування для того, щоб звести фінансову звітність до необхідної консолідованої форми, зменшити витрати на підготовку й аудит консолідованої звітності, здійснювати перехресну перевірку комплектів звітності, отримати управлінську інформацію в зручному вигляді, виконувати якісний аналіз результатів діяльності підприємства. Перспективи подальших досліджень полягають у виборі методів і технологій, які можна найефективніше використати для консолідації обліково-аналітичної інформації підприємства.

*Список використаних джерел:*

1. Фінанси. Бюджет. Податки: національна та міжнародна термінологія: у 3-х т. Том 2 / Ін-т світ. екон. і міжнар. відносин НАНУ, ДННУ «Акад. фін. управління»; за ред. Т.І. Єфименко. – К., 2010. – 648 с.
2. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.99 р. № 996 – XIV. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zakon1.rada.gov.ua/laws/show>.
3. Онищенко В. Консолідована фінансова звітність як інформаційний ресурс при обґрунтуванні та прийнятті управлінських рішень // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – 2007. – № 98. – С. 37–40:

**Iryna Martyniak**

*Ivan Franko National University of Lviv*

*iryna.martyniak@lnu.edu.ua*

**CONSOLIDATION OF FINANCIAL STATEMENTS USING MS SQL SERVER**

The essence and tasks of information consolidation are analyzed. Levels of consolidation are described. The role of SQL server tools in the process of consolidation is defined. The types of forms of financial statements are described. The examples of the functions and queries for operating with financial data are given and analyzed.

**Keywords:** consolidation, accounting and analytical information, Trial Balance, General Ledger, SQL functions, financial statement, financial transactions, database, modification of database structure.

**Олег Марчук**

*Львівський національний університет імені Івана Франка  
o.marchuk.om@gmail.com*

## **МАРКЕТИНГ ВІДНОСИН НА РИНКУ КРИПТОВАЛЮТ**

Маркетинг відносин - це практика побудови довгострокових взаємовигідних відносин із ключовими партнерами, що взаємодіють на ринку: споживачами, постачальниками, дистрибуторами з метою встановлення тривалих, привілейованих відносин. [3, с. 43]

Мета маркетингу відносин полягає у забезпеченні щонайвищого рівня задоволення потреб клієнтів протягом тривалих періодів за допомогою надання споживачам довготривалих цінностей. Якщо споживач буде задоволеним товаром та контактом з підприємством, то й імовірно, продовжуватиме співпрацю. Ефективне застосування маркетингу відносин надає підприємству безліч конкурентних переваг у здійсненні діяльності, а саме: зниження витрат на залучення нових клієнтів; формування прихильної бази покупців; зменшення ризиків при випуску нових товарів та в кінцевому результаті зростання прибутку.

В теперішній час можна зауважити чітку тенденцію зростання потреби в коштах, що могли б бути засобом платежу в різноманітних електронних розрахункових системах й бути захищеними не гірше паперових грошей. Цю потребу, певною мірою, може задовольнити криптовалюта.

Основною функціонування ринку віртуальних валют є існування міцних, довготривалих відносин заснованих на взаємній довірі, адже курс валюти, відповідно його ріст та падіння критично залежні від дій споживачів. Тому доцільно проаналізувати особливості застосування маркетингу відносин на ринку криптовалют та виділити основні рекомендації щодо його використання в розвитку галузі.

Основними чинниками впливу на успішність ринку криптовалют є:

- *попит та пропозиція*, які прямо впливають на формування курсу криптовалют. Як зі звичайними валютами, так і з криптовалютами зростання попиту спричиняє підвищення курсу, а зростання пропозиції послаблює курс.

Доцільно навести приклад найбільшої криптовалюти за капіталізацією – Bitcoin. Пропозиція даного токена лімітована. За допомогою майнінгу (видобутку криптовалют) створюється все менше одиниць валюти, через підвищення рівня складності опрацьовуваних задач. З сучасними темпами видобутку останній біткоїн буде отримано ще не скоро. Після чого пропозиція цієї криптовалюти перестане зростати. Отже, лімітована кількість біткоїнів зменшує вплив інфляції на криптовалюту та спричиняє ріст курсу криптовалют.

- *конкуренція*, Біткоїн, хоча є одною з найбільших за капіталізацією, але не єдиною криптовалютою. Поява нових криптовалют та зростання популярності уже існуючих чинять тиск на курс Біткоїна. При виборі конкретної віртуальної валюти для здійснення інвестицій, покупці аналізують безліч характеристик: швидкість транзакцій, безпека, ідея та мета створення, волатильність тощо.

- *довіра до суб'єктів ринку*. Стабільність та відкритість на ринку сприяє зростанню популярності криптовалют. Але існувало й безліч інцидентів, що вкрай негативно вплинули на розвиток віртуальних валют. Одним з найбільших був скандал пов'язаний з Біткоїном у 2014 році, після закриття біржі Mt. Gox. Компанія втратила тисячі біткоїнів через хакерські атаки, і в цьому ж році оголосила банкрутство. Такі ситуації вкрай негативно впливають на курс та подальший розвиток криптовалют. Причинами закриття компанії стали фінансові махінації, низький рівень управління біржою. Через банкрутство біржі Біткоїн втратив близько половини вартості, порівняно з доларом [4].

Для підтримки та зміцнення довготривалих відносин з покупцями, криптовалютні біржі вдаються до різноманітних інструментів з підвищення лояльності споживачів. Серед таких можуть бути: реферальні програми; надання освітніх послуг у сфері блокчейну та криптовалют; навчання торгівлі криптовалютами та початковим методам заробітку; заходи з підтримки безпеки та надійності; відкритість та ведення прямого діалогу з користувачами; періодичні акції, заходи та роздачі криптовалют тощо.

Для прискорення розвитку та підвищення рівня лояльності споживачів на ринку криптовалют доцільно вдаватись до таких методів:

- Впровадження демо-рахунків на біржах з торгівлі криптовалютами;

«Демо - це методологія моделювання, (ре)проекування та (ре)інжинірингу». [1, с. 1]

Входячи на ринок потенційні споживачі часто навіть не усвідомлюють з яким обсягом матеріалів їм буде потрібно ознайомитись. Багато людей надають перевагу практиці, вкладають кошти не розуміючи ситуації на ринку, способів раціональної конвертації, нерационально підбирають торговельну стратегію, криптовалюту та час для інвестування. Відповідно, у такому випадку залишається лише сподіватись на удачу. Так здійснивши провальну інвестицію коштів, споживач може зробити для себе неправильні висновки: не зрозуміти куди зникли його гроші, чому платіж не відбувся, чи є доцільним взагалі продовжувати діяльність після першого болючого провалу.

Тому важливо запропонувати споживачам здійснювати операції на біржі за кошти демо-рахунку. Для бірж, що намагаються отримати миттєвий прибуток та «викачати» гроші споживача недоцільно впроваджувати дану технологію. Але, якщо важливим для фірми є формування кола відданих, освічених, розуміючих та раціональних споживачів даний метод принесе свою користь. Такий метод допоможе перетворити одноразових споживачів на захисників або ж навіть партнерів компанії.

- Активне ведення сторінок у соціальних мережах від імені основних учасників ринку, залучення інфлюенсерів;

Однією з причин зростання популярності криптовалют є соціальні мережі. Протягом багатьох років інтеграція соціальних мереж у повсякденне життя зростає з великою швидкістю.

«Приймаючи інвестиційні рішення, люди часто вдаються до врахування думки інших. Однак не всі мають однакову силу впливу. Думка одних людей шанується вище, ніж інших. Цих людей називають лідерами думок. Особливо на ринках у мережі, лідери думок можуть отримувати інформацію від користувачів та аналізувати ринки дещо глибше, ніж інші люди в Інтернеті і отже, їхня думка про рух цін може бути цінною для багатьох інвесторів». [2, с. 381]

- інтеграція криптовалют у повсякденне життя;

Зараз досить складно використовувати криптовалюту для оплати елементарних товарів, послуг. Є окремі магазини, заклади де намагаються ввести дану інновацію. Але, на жаль, операції з криптовалютами важко відслідкувати для здійснення оподаткування, тому виникають проблеми з їх застосуванням та легалізацією. У даний момент криптовалюти не виконують функції засобу платежу як звичайні гроші. Але це не є перешкодою для здійснення платежів, допомогти може еквайринг.

«Еквайринг - послуга технологічного, інформаційного обслуговування розрахунків за операціями, що здійснюються з використанням електронних платіжних засобів у платіжній системі». [5, п. 1.9]

Варто застосувати даний інструмент в аналогії з доларом. Якщо у споживача оформлено доларову картку він може оплатити товар у будь-якому магазині за моментальною конвертацією з курсами НБУ. Відповідно, здійснювати облік операцій та переказів криптовалют стане значно простіше.

Таким чином, впровадження демо-рахунків допоможе споживачу правильно оцінити власні сили; активне ведення сторінок у соціальних мережах, залучення інфлюенсерів сприятиме поширенню знань про ринок та створить атмосферу прозорості; інтеграція криптовалют у повсякденне життя за допомогою еквайрингу зробить їх використання більш доступним, зручним та більш вигідним для усіх учасників ринку.

Запропоновані заходи допоможуть прискорити розвиток ринку, підвищити рівень лояльності споживачів та сприятимуть формування міцних та тривалих взаємовідносин на ньому.

*Список використаних джерел:*

1. Дітц Я. Розуміння та моделювання бізнес-процесів за допомогою DEMO. Концептуальне моделювання – ER '99. Вип. 18. 1999. С. 1-2. URL: [https://link.springer.com/chapter/10.1007/3-540-47866-3\\_13](https://link.springer.com/chapter/10.1007/3-540-47866-3_13).
2. Дуань Цз., Цзен Цз., Луо Б. Визначення лідерів думок на основі групування користувачів та аналізу настроїв. Міжнародні спільні конференції IEEE/WIC/ACM з веб-інтелекту (WI) та технологій інтелектуальних агентів (IAT). 2014. С. 377-383.
3. Котлер Ф., Келлер К. Маркетинг менеджмент. Пірсон: Пірсон, 2016. С. 896.
4. Курс Bitcoin на біржі Mt. Gox. URL: <https://bitcoincharts.com/charts/mtgoxUSD#igDailyztgMzm1g10zm2g25zl>
5. Про платіжні системи та переказ коштів в Україні: Закон України від 13 лютого 2022 р. № 2346-III / Верховна Рада України. Відомості Верховної Ради України. 2001, № 29, ст.137. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2346-14#Text>.

**Marchuk Oleh**

*Ivan Franko National University of Lviv*

#### RELATIONSHIP MARKETING IN THE CRYPTOCURRENCY MARKET

Relationship marketing is the practice of building long-term mutually beneficial relationships with key partners interacting in the market: consumers, suppliers, distributors in order to establish long-term, privileged relationships.

The goal of relationship marketing is to provide the highest level of customer satisfaction over long periods of time by providing consumers with lasting value. If the consumer is satisfied with the product and contact with the company, it is likely to continue cooperation. Effective application of relationship marketing gives the company many competitive advantages in carrying out activities, namely: reducing the cost of attracting new customers; formation of a favorable customer base; reducing risks in the release of new products and ultimately increasing profits.

At present, there is a clear trend of increasing demand for funds that could be a means of payment in various electronic payment systems and be protected no worse than paper money. This need, to some extent, can be met by cryptocurrency.

The basis of the functioning of the virtual currency market is the existence of strong, long-term relationships based on mutual trust, because the exchange rate, respectively, its growth and decline are critically dependent on the actions of consumers. Therefore, it is advisable to analyze the features of the application of relationship marketing in the cryptocurrency market and highlight the main recommendations for its participation in the development of the industry.



Марія-Марта Матвійшин

Львівський національний університет імені Івана Франка

MariiaMarta.Matviishyn@lnu.edu.ua

## ТЕНДЕНЦІЯ СПЛАТИ ЄСВ ЗА ПЕРІОД 2019-2021 РОКІВ ТА ПРОГНОЗ ВПЛИВУ ВОЄННОГО СТАНУ НА ФОРМУВАННЯ ЙОГО НАДХОДЖЕНЬ ДО ПЕНСІЙНОГО ФОНДУ УКРАЇНИ

Однією з особливостей бюджетного процесу в умовах воєнного стану стало визначення урядом пріоритетності здійснення видатків Державною казначейською службою України. Перга черга це видатки на національну безпеку і оборону та на здійснення заходів правового режиму воєнного стану. Друга черга включає видатки загального фонду для оплати праці працівників бюджетних установ, виплата пенсій, надбавок та підвищень до пенсій, соціальне забезпечення населення та інше.

Пенсійне забезпечення в Україні є основною складовою державної системи соціального захисту населення. Основним джерелом власних надходжень ПФУ є єдиний внесок на загальнообов'язкове державне соціальне страхування (ЄСВ). ПФУ системно не може забезпечити виплату пенсій за рахунок власних надходжень. Позика ПФУ в активах ДКСУ станом на 01.01.2021 становила 62,1 млрд грн (44%), а на 01.01.2022 – 70,3 млрд грн (48%) [6].

Надходження до фондів соціального страхування від ЄСВ за 2020 рік склали 294,4 млрд грн що на 20,9 млрд. грн. (або на 7,7%) більше за 2019 рік. У 2021 році надходження ЄСВ до Пенсійного фонду і фондів соцстрахування сягнули 349 млрд грн, що на 18,6% більше, ніж у 2020 році (рис.1). Частка ПФУ в загальній сумі надходжень ЄСВ - 301,4 млрд грн, тобто понад 86 %.

На основі історичних даних за допомогою статистичного методу прогнозування, використавши аналітичне рівняння зв'язку, розраховано прогнозне значення надходження єдиного соціального внеску (рис. 1). Абсолютне значення суми надходження ЄСВ буде більшим за показник 2021 року, проте темп зростання даного показника знизиться у 7 разів у порівнянні з попереднім періодом, до 2,4 %.

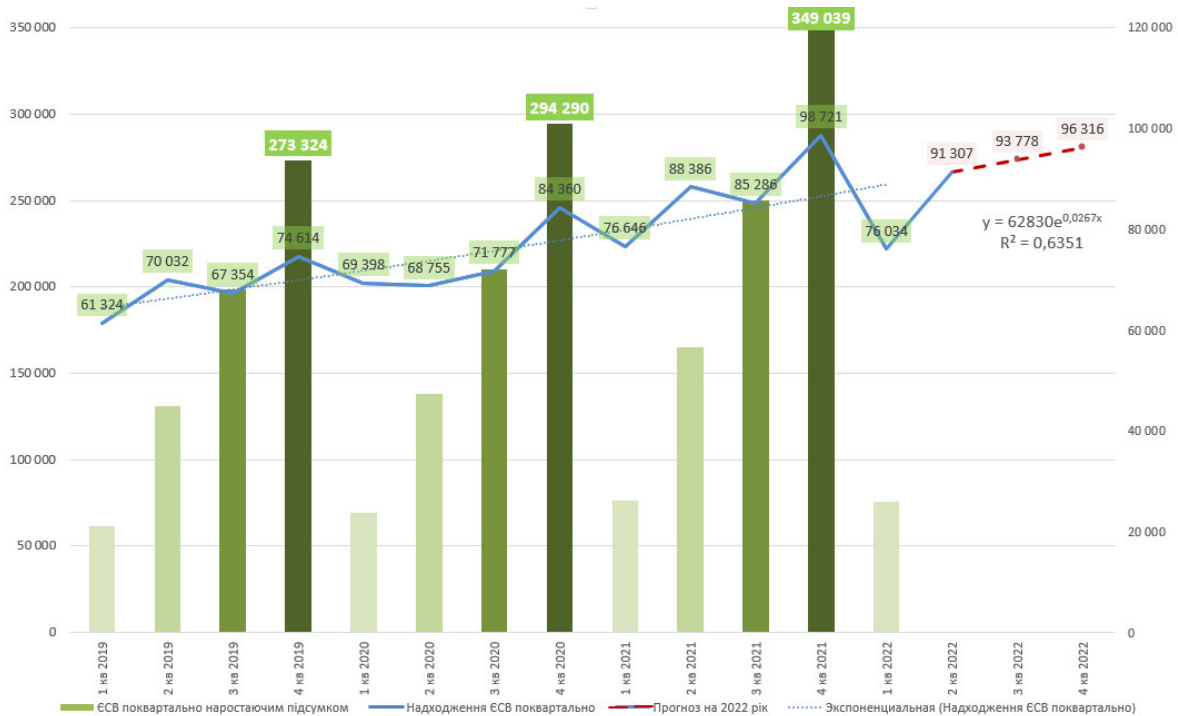


Рис.1 Динаміка надходжень ЄСВ 2019-2021 рр. (поквартально) та прогнозоване значення на 2022 р.

Джерело: створено та розраховано автором на основі [8]

Для підтвердження такої тенденції потрібно розглянути та врахувати вплив низки факторів соціально-економічного розвитку України, демографічну ситуацію та зміни в господарському житті держави у зв'язку з агресією Російської Федерації.

Впродовж 2019-2021 років не проводилось реформування в сфері ЄСВ, яке мало б суттєвий вплив на сплату цього збору. Зростання сум сплаченого ЄСВ, зумовлено ростом мінімальної заробітної плати та відповідно мінімального ЄСВ. Прогноз економічного і соціального розвитку України на 2021-2023 роки було схвалено постановою Кабінету Міністрів України від 29.07.2020 №671 «Про схвалення Прогнозу економічного і соціального розвитку України на 2021-2023 роки». В документі Мінекономіки містяться дані про підвищення мінімальної заробітної плати [9]. Як відомо, від розміру мінімальної зарплати залежить розмір єдиного соціального внеску. Таким чином, на основі макроекономічного прогнозу, що закладений в основу Бюджетної декларації, мінімальна заробітна плата в подальші роки зростатиме, а обов'язковий і регулярний страховий внесок для ФОП збільшуватиметься, щоб мало привести до збільшення надходження ЄСВ до бюджету.

Проте, тимчасово з 01.03.2022 до припинення або скасування воєнного стану в Україні та протягом 12 місяців після його припинення або скасування мають право не сплачувати ЄСВ за себе ФОПи, в тому числі ті, які обрали спрощену систему оподаткування; особи, які провадять незалежну професійну діяльність та члени фермерського господарства. Окрім цього, ФОПам II і III груп, а також юридичним особам, які належать до третьої групи платників єдиного податку дозволили не платити єдиний соціальний внесок за працівників, яких мобілізовано. За них ЄСВ сплачуватиме держава за рахунок бюджетних коштів, починаючи з 1 березня і до закінчення воєнного стану. Водночас за себе сплата єдиного податку для ФОП є добровільною.

Найбільшими платниками ЄСВ є підприємства оптової та роздрібною торгівлі, переробної промисловості, галузі охорони здоров'я та освіти. Частина підприємств зупинила свою діяльність, тому варто очікувати зменшення надходження ЄСВ в областях, які зазнали руйнування через військові дії. У березні Пенсійний фонд недоотримав лише 9% (1,8 млрд. грн) єдиного соціального внеску від запланованих обсягів на мирний час. Бізнес намагається сплачувати цей внесок за будь-яких умов, і це є показником ефективності економічного фронту.

Впродовж останнього десятиліття в Україні характерна тенденція збільшення числа пенсіонерів при одночасному зниженні числа зайнятих у різних сферах платників податків. За даними Державної податкової служби України середньооблікова чисельність застрахованих осіб на 1 січня 2021 року зменшилась порівняно із показниками на 01.01.2020р. на 406 474 особи або на 3,8% та становила 10 208 562 особи. Станом на 01 січня 2021 кількість пенсіонерів в Україні становила 11,13 млн осіб, на 1 січня 2020 року – 11,33 млн осіб [2]. Тобто в Україні співвідношення працюючих і пенсіонерів – майже один до одного. Все це веде до загострення і поглиблення проблем як у сфері пенсійного страхування, так і збільшує податкове навантаження на економіку.

До того ж в 2020-2021 роках чисельність населення України знизилась у зв'язку з пандемією COVID-19. В попередні роки пропорція пенсіонерів у загальній демографії збільшувалась через виїзд кваліфікованих персоналу закордон та міграційне сальдо було від'ємним. Через воєнні дії Російської Федерації, які розпочались 24 лютого 2022 року, частина населення України була змушена виїхати у пошуках безпечного місця проживання. В основному мігрувало населення молодого віку. Враховуючи даний фактор можна припустити, що у майбутньому співвідношення працюючих до пенсіонерів може скласти один до двох.

На 2022 рік бюджет Пенсійного фонду запланований у розмірі 531,2 млрд гривень, у т.ч. підтримка з держбюджету - 200,6 млрд гривень. До початку відкритої війни, в лютому 2022 року у Верховній Раді було зареєстровано законопроект №6548, який мав на меті поступове зменшення навантаження на фонд оплати праці. Документ пропонує об'єднати податок на доходи фізичних осіб, військовий збір та єдиний внесок на загальнообов'язкове державне соціальне страхування у єдиний податок. Ставку податку на рівні 20% передбачається запровадити з 2026 року. А до цього моменту планується поступове її зниження з 29% у 2023 році до 26% - у 2024 році й 23% - у 2025 році. За математичними прогнозами вже на другому-третьому році таке зменшення податків має призвести до збільшення надходжень за рахунок легалізації заробітних плат [3].

Підсумовуючи вище сказане, розраховувати на фінансову ефективність єдиного соціального внеску у подальші роки не варто. Статистичний прогноз на 2022 рік показав збереження рівня надходжень від ЄСВ майже на рівні 2021 року, тобто вплив від зростання бази нарахування нівелюватиметься. Сукупність зовнішніх факторів, таких як агресія Російської Федерації, ряд реформ українського законодавства та погана демографічна ситуація в Україні призведуть до ще більшого зменшення надходжень цього страхового внеску. Виплата державних пенсій є основним доходом більшої частини населення пенсійного віку. Системний дефіцит власних коштів ПФУ, який існував у 2014-2021 роках тільки збільшиться. Тобто дохідна частина фондів соціального страхування та ПФУ буде наповнюватись за рахунок позик бюджету, щоб забезпечити виконання встановлених урядом пріоритетів на період воєнного стану.

#### Список використаних джерел:

1. Бізнес рейтинг в офіційних цифрах. URL: <https://q.rating.zone/>
2. В Україні налічується понад 10,8 мільйона пенсіонерів — ПФУ. Мультимедійна платформа іномовлення України - Укрфінформ, 26.01.2022. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3392255-v-ukraini-nalicuetsa-ponad-108-miljona-pensioneriv-pfu.html>
3. Депутати пропонують об'єднати ЄСВ із податком на доходи фізосіб і знизити сукупну ставку. Мультимедійна платформа іномовлення України - Укрфінформ, 01.02.2022. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3395979-deputati-proponuut-obednati-esv-iz-podatkom-na-dohodi-fizosib-i-zniziti-sukupnu-stavku.html>
4. Закон України «Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування» від 09.07.2003 № 1058-IV (редакція 27.04.2022). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1058-15#Text>
5. Закон України «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування» від 08.07.2010 № 2464-VI (редакція 26.04.2022). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2464-17#Text>
6. Інформація про Казначейство. ДКСУ, 2021. URL: <https://www.treasury.gov.ua/storage/app/uploads/public/602/e6e/e7e/602e6ee7e238c733729794.pdf>
7. Особливості бюджетного процесу в умовах воєнного стану, 2022. URL: <https://decentralization.gov.ua/>
8. Офіційний сайт Міністерства фінансів України, 2022. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/labour/social/>
9. Прогноз економічного і соціального розвитку України на 2021-2023 роки. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=98c3a695-56bb-42ba-b651-60ce1f899654&title=PrognozEkonomichnogoI Sotsialnogo RozvitkuUkrainiNa2021-2023-Roki>

**Mariia-Marta Matviishyn**

*Ivan Franko National University of Lviv*

#### THE TREND OF PAYMENT OF SINGLE SOCIAL CONTRIBUTION FOR THE PERIOD 2019-2021 AND THE FORECAST OF THE IMPACT OF MARTIAL LAW ON THE FORMATION REVENUES TO THE PENSION FUND OF UKRAINE

*Annotation.* The article deals with the deficit of financial resources of Pension Fund of Ukraine. Has been proved the necessity of regular income for performing a social function of country. Was analyzed the amount of single social contribution paid to social insurance funds for the period 2019-2021. Considering factors of economic, demographic development of Ukraine and influence of martial law was made the forecast of payment of the single social contribution during 2022. The effectiveness of the existing social insurance system is possible only with population growth in Ukraine.

*Keywords:* single social contribution, pension fund, social insurance, minimum wage.

Лілія Матейко

Львівський національний університет імені Івана Франка

e-mail: lilia.mateyko@gmail.com

## ПОЛІТИКА РОЗПОДІЛУ АГРОПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ ВІЙНИ

Війна росії проти України внесла корективи у кожен галузь, не виключенням є і аграрна галузь, яка постраждала чи не найбільше. Колись український агровиробник самостійно міг впоратися із власною політикою розподілу своєї продукції. Адаже весь збут, логістичні канали та контакти покупців були напрацьовані роками, а тепер усе це зруйновано.

Управління політикою розподілу є найслабшим підрозділом в системі функціонування аграрних підприємств, що пов'язано з певними проблемами, неефективне вирішення яких є причиною недостатнього задоволення попиту, низькими прибутками та підвищення ризиків пов'язаних з експортом продукції.

Політика розподілу включає у собі заходи з аналізу і вибору оптимальних варіантів постачання товарів споживачеві, вибором каналів збуту і методів продажу, при цьому основними об'єктами управлінських рішень є: місткість ринку, вибір та структура каналів збуту, основна спрямованість розподілу продукції, підтримка дилерів, висока кваліфікація персоналу, прямий маркетинг та логістична діяльність [5].

Українське виробництво агропродовольчої продукції є гарантом продовольчої безпеки не лише вітчизняних споживачів, але й країн Африки, Близького Сходу та ЄС. Україна є одним із провідних експортерів світу та забезпечує майже 10% світових поставок зерна від яких залежать понад 400 млн людей у світі. Вона є першою за експортом соняшникової олії, другою – за експортом ріпаку та ячменю, третьою – за житом, четвертою – за кукурудзою, п'ятою – за реалізацією пшениці [3].

Війна докорінно змінила всі здобутки експортного потенціалу України. Ще до початку війни щомісячний експорт складав 4-5 тонн, зернових, а у березі Україна цей показник зменшився в 4 рази, всього Україна експортувала лише 1,1 млн. тонн кукурудзи, 309 тисяч тонн пшениці, 118 тисяч тонн соняшникової олії, 40 тисяч тонн соєвих бобів [1].

Варто зазначити, що рівні законодавства також відбулись певні зміни стосовно експорту, зокрема ліцензуванню підлягає експорт на: пшеницю її суміші та жито, кукурудзу, м'ясо курей, яйця, олію соняшникової. Однак, на час воєнного стану запроваджена заборона на експорт: вівса, проса, гречки, цукру та солі, ВРХ, м'яса та субпродуктів із ВРХ [6].

В аграрній сфері низька ефективність системи розподілу спричиняє значні втрати сільськогосподарської продукції та доходів підприємств. Вклад бюджету у сферу розподілу є мізерними, попри світовий досвід, який свідчить, що система збуту на підприємстві повинна розвиватися випереджаючими темпами порівняно з виробництвом продукції.

Розподільча діяльність вітчизняних підприємств через війну стикнулася з певним рядом проблем, ланцюги постачань зірвані, робота експорту частково призупинена, морські порти Чорного та Азовського моря заблоковані ворогом. Уряд, виробники та трейдери оперативнo реагують на такі виклики та є у пошуках нових альтернативних маршрутів. Тому зараз активізується залізничний, автомобільний та річковий вид транспорту на заході нашої країни. Навіть попри те, що певна аграрна інфраструктура зруйнована, залишки базових сільськогосподарських культур все ж таки збереглися і їх достатньо для продовольчої безпеки нашої країни та аби частково забезпечити експорт.

У зв'язку з забороною держави продажу деяких видів продукції, аграрії залишилися зі своєю продукцією на руках, оскільки не очікували такого розвитку подій. Також необхідно враховувати, щоб кінцева переробка певного виду агротоварів для споживачів здійснювалася на території України. Деякі підприємства через нестачу валюти повертаються до роботи по бартеру. Ще однією проблемою аграріїв є те, що вони розраховували збільшити ціни та продати зерно весною, а на отримані кошти провести посівні роботи. Проте у зв'язку з відсутністю каналів збуту агровиробники можуть отримати шалені збитки, тому краще зменшувати посівні площі або надавати перевагу лише тим культурам, які легше реалізувати. Зрив посівної кампанії є особливо загрозливим, зважаючи на високі світові ціни на газ та міндобрива.

Відбулось порушення цілісних ланцюгів постачання агропродовольчої продукції (від первинного виробництва до реалізації продукції споживачеві), а існують певні проблеми у діяльності щодо створення доданої вартості в АПК, яка пов'язана із виробництвом, переробленням, розподілом, споживанням та утилізацією продуктів [4].

У цій складній ситуації підтримку Україна отримувє від багатьох країн світу, зокрема Польща стала ключовим логістичним центром для нас, особливо важливою є співпраця, яка стосується агропостачань та відбулась на рівні залізниць двох країн. Свої обмеження нещодавно зняла Австралія для перевізників з України тепер вантажні перевезення територією Австралії можливі без будь-яких дозволів, а зняті обмеження Словаччиною та Італією дали змогу безперешкодно поставляти нашу агропродукцію до морських портів Італії [2].

Ми вважаємо, що у наш час все ж таки важливим та необхідним є безперебійне постачання сільськогосподарських товарів різного асортименту принаймні в ті регіони де воєнний ризик є мінімальний. Споживання товарів є одночасно і кінцевою ціллю, і ключовим рушієм функціонування економіки. Проте необхідно враховувати доступність валютних коштів та логістичних можливостей підприємств.

Підсумовуючи, можна зробити висновок, що усі наслідки війни будуть відчутні згодом і насамперед вони будуть проявлятися у підвищенні світових цін на продовольство, глобального стрибка інфляції та можливого голоду.

Проте, вже зараз пропрацьовуються нові шляхи розподілу агропродукції продукції для того, щоб у середньостроковій глобальній перспективі за 2-3 роки вийти на довоєнні показники та навіть збільшити економічну ефективність логістики в глобальних ланцюжках постачань.

### Список використаних джерел:

1. Комітет з питань аграрної та земельної політики: «Вирішення логістичних проблем є важливим для експорту сільського господарства в умовах воєнного стану». URL: <https://www.rada.gov.ua/news/razom/221417.html> (дата звернення 11.05.2022)
2. Країни G7 підтримують створення Україною нових ланцюжків збуту експорту агропродукції. URL: <https://agrotimes.ua/agromarket/krayinu-g7-pidtrymuyut-stvorennya-ukrayinoyu-novyh-lanczyuzhkv-zbutu-eksportu-agroprodukcziyi/> (дата звернення 12.05.2022)
3. Нагодувати країну в умовах війни. Як українські аграрії готуються до нового сезону. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/03/15/684052/> (дата звернення 11.05.2022)
4. Напад на Україну суттєво позначиться на світовому ринку зерна. URL: [https://biz.censor.net/news/3323645/napad\\_na\\_ukrayinu\\_suttjevo\\_poznachytsya\\_na\\_svitovomu\\_rynku\\_zerna\\_usda](https://biz.censor.net/news/3323645/napad_na_ukrayinu_suttjevo_poznachytsya_na_svitovomu_rynku_zerna_usda) (дата звернення 12.05.2022)
5. Нейкова Л.І., Круценко І.В. Управління збутом продукції агропідприємств – суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності. Ефективна економіка. 2013. № 11. URL: [www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2483](http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2483).
6. Постанова КМУ від 05 березня 2022 р. № 207 «Про внесення змін у додатки 1 і 5 до постанови Кабінету Міністрів України від 29 грудня 2021 р. № 1424»

**Mateyko Lilia**

*Ivan Franko National University of Lviv*

**THE POLICY OF DISTRIBUTION OF AGRICULTURAL PRODUCTS DURING THE WAR**

Theses consider the activities of distribution policy in wartime, in particular, focusing on issues such as disruption of supply chains, cessation of exports, closure of seaports, supply disruptions.

*Keywords:* distribution policy, agricultural products, exports, logistics, agricultural supply

**Владислав Махновець**

*Львівський національний університет імені Івана Франка  
wladyslawkoo@gmail.com*

## **ПРОБЛЕМИ ЕФЕКТИВНОГО ЗАСТОСУВАННЯ ФІСКАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ**

Фіскальна політика – це свого роду система, яка повністю керується державою і представляє собою низку заходів держави з використання бюджетних та податкових інструментів спрямованих на встановлення сталого соціально-економічного розвитку, забезпечення допустимого рівня інфляції, зростання реального ВВП країни, а отже, є вагомим інструментом у збалансуванні макроекономічної ситуації всередині держави.

В умовах розвитку української економіки і тривалості її трансформації, фіскальна політика набуває важливого значення. Теперішня економічна ситуація доводить, що ефективне використання коштів з бюджету у процесі його планування, залишається вагомим і гострою проблемою. А фіскальна політика, у свою чергу, потребує розвитку і вдосконалення. Зараз фіскальна політика України переходить на новий рівень і переживає серйозні зміни. Ці зміни були обумовлені початком війни на території нашої держави у 2014 році, появою кризи COVID-19 у 2020 році. Зараз зміни у фіскальній політиці пояснюються початком широкомасштабного військового вторгнення росії по всій довжині спільного кордону і з території Білорусі. Тим не менше, незважаючи на усі вищезазначені передумови кардинальної зміни курсу фіскальної політики, вона має низку недоліків, не зумовлених поширенням вірусу COVID-19 та військових дій.

Реалізація фіскальної політики на території України має певні перепони через складність її узгодження із монетарною політикою. Окрім того, фіскальна політика України виходить на новий рівень розвитку і повинна відповідати вимогам Міжнародного Валютного Фонду, повинна нарощувати та зберігати позитивну тенденцію стосовно росту інвестиційної та підприємницької діяльності, повинна виключати можливість погіршення рівня життєдіяльності населення тощо. Через ці обставини виникає потреба у зміні фіскального законодавства. Ця необхідність також виникає через те, що податки можуть по-різному впливати на економіку під час перехідного періоду. Варто зазначити, що разом із реформами у законодавстві особливої актуальності набуває питання формування державного бюджету. Фіскальна політика впливає на стан державного бюджету настільки ж, наскільки державний бюджет формує можливості фіскальної політики.

Питання узгодження фіскальної політики із монетарною потребує ефективного рішення, тому що ці дві політики доповнюють одна одну. Їхні засоби зазвичай не використовуються окремо. Великого значення також набуває проблема своєчасного забезпечення дохідної частини державного бюджету грошовими ресурсами. Розв'язання цієї проблеми залежить певною мірою від розроблення науково обґрунтованої системи оподаткування, яка б відповідала реаліям сьогоdnішнього дня і продовжувала зберігати свою актуальність у майбутньому, забезпечувала зростання податкових надходжень до бюджету та підвищувала рівень збору податкових платежів, а також від ефективності діяльності податкової служби.

На сучасній стадії розвитку фіскальної політики можна виокремити перелік проблем, який унеможливує ефективну її реалізацію. Супротив будь-яким змінам та реформам, які призводять до збільшення рівня податкового навантаження – це одна з найгостріших проблем. Населення країни просто не готове до кардинальних змін, це зумовлене тим, що раніше люди жили умовах соціалізму, коли держава виступає гарантом хоча би мінімального рівня забезпечення – охорона здоров'я, безкоштовна освіта тощо. У той час практично нереально було придбати товари тривалого користування. Натомість зараз, в умовах відносності товарного дефіциту на ринку, держава не має змоги задовільнити зростаючі потреби свого народу. Збільшення рівня оподаткування призведе до зменшення підприємницької та інвестиційної діяльності, а не збільшить рівень надходжень до бюджету. А забезпечення високих соціальних стандартів, звичайно, необхідне, але на теперішній момент воно не може повністю бути покрито за рахунок податкових надходжень. Збільшення державних видатків в Україні повинно відбуватися за рахунок розвитку інноваційних технологій, за рахунок стимулювання споживчого попиту та шляхом сприяння добровільної сплати податків.

Окрім того, ефективна фіскальна політика в Україні частково унеможливується через недостатню прозорість системи оподаткування. Відсутність досконалої системи оподаткування, яка би була актуальною на сьогодні та мала змогу бути актуальною у довгостроковій перспективі, забезпечувала зростання податкових надходжень до бюджету робить фіскальну політику України вразливою.

Для покращення прозорості системи оподаткування в Україні і підвищення її ефективності можна визначити низку змін до законодавства:

1. Зменшення основної ставки ПДВ
2. Запровадження реалізації систем єдиного рахунку для сплати податків, зборів та інших платежів
3. Повна трансформація механізму обліку платників ПДВ, беручи до уваги технічну недосконалість та нормативні недоліки
4. Вдосконалення та часткова реформація процедури адміністрування

Отже, фіскальна політика є впливовою і ефективною системою протидії негативним наслідкам економічних спадів, зумовлених різними чинниками. Основними заходами фіскальної політики для подолання проблем, спричинених різноманітними кризами були соціальні трансферти, відстрочки та послаблення сплати податків, допомоги по безробіттю тощо. Уряд використовував як бюджетні так і податкові інструменти фіскальної політики. Ще під час гібридної війни у 2014-2015рр урядом були використані бюджетні інструменти фіскальної політики стосовно реформування податкової системи, суворої економії бюджетних видатків та зростання державного боргу і дефіциту бюджету. Видатки Державного бюджету на оборону помітно збільшувалися. Проте, на сьогодні цього недостатньо. Україна повинна продовжувати реформувати свою податкову систему і прагнути досягнути стабільного соціально-економічного та макроекономічного рівня. Система заходів зміцнення фіскальної безпеки України повинна включати в себе якісне покращення фіскальної дисципліни та контролю, подальше збільшення рівня прозорості та фіскальну модернізацію. Фіскальна прозорість шляхом зміцнення довіри державі є потужним та дієвим інструментом у війни проти росії. Високий рівень прозорості надасть змогу краще сприяти боротьбі з корупцією та контролювати тіньовий сектор економіки, підвищити рівень фіскального перерозподілу. Усе це при повній та ефективній реалізації стане важливою перевагою над країною-агресором. Ефективне фіскальне регулювання є одним із ключових факторів забезпечення соціально-економічної безпеки України шляхом створення сприятливого середовища для зростання соціально-економічного рівня, шляхом інвестування в різні сфери життя та систему державні витрати. Сьогодні, в умовах повномасштабної війни, ефективність використання інструментів фіскальної політики є ключовим пріоритетом держави.

*Список використаних джерел:*

1. Заходи фіскальної політики країн в період рецесії [Електронний ресурс] // Національний університет «Києво-Могилянська академія». – 2021. – Режим доступу до ресурсу: [http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/21047/Melnyk\\_Mahisterska\\_robota.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/21047/Melnyk_Mahisterska_robota.pdf?sequence=1&isAllowed=y).

2. Чумадевська Х. В. Fiscal Policy of Ukraine Under Conditions of Economic Cycles [Електронний ресурс] / Х. В. Чумадевська // Західноукраїнський національний університет. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: Західноукраїнський національний університет.
3. Проблеми та перспективи фіскальної політики в Україні [Електронний ресурс] / І. Ляхович – Режим доступу до ресурсу: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/4598/1/%D0%9B%D1%8F%D1%85%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%87.pdf>.

**Vladyslav Makhnovets**

*Ivan Franko National University of Lviv*

#### PROBLEMS OF EFFECTIVE APPLICATION OF FISCAL POLICY IN UKRAINE

In the research work, the author considers the importance of the main function of the government. It's to ensure the stability of the economy and its development. A large number of macroeconomic tools are used for this purpose. One of these tools is fiscal policy. It, if used effectively, plays a very important role in ensuring socio-economic development and removing obstacles that contribute to economic stability.

The purpose of this work is to study fiscal policy in the open economy of Ukraine, the directions of its implementation and implementation, as well as to identify its tools and identify ways to improve it and overcome the post-war crisis.

The objectives of this work are to define the main functions of fiscal policy, identify and analyze the tools of fiscal regulation, identify the main measures and tools that were used by foreign partners and Ukraine during the coronavirus crisis, analyze budget expenditures and revenues, identify key problems of fiscal regulation in Ukraine and provide recommendations for improving the effectiveness of fiscal policy implementation.

*Keywords:* fiscal policy, fiscal regulation, effectiveness of fiscal policy, functions, tools.

**Марія Мельник**

*Львівського національного університету імені Івана Франка*

*Mariia.Melnyk.eke@lnu.edu.ua*

## **ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ ТА НЕВИЗНАЧЕНОСТІ**

Впродовж останнього десятиліття для України притаманне перманентне проходження через кризовий стан, коли всі зв'язки і процеси соціально-економічної системи ймовірно постраждають в область критичних значень, де рівень нестабільності сягає надзвичайно високих показників. Це створює негативний вплив на добробут всієї української спільноти, спричиняє значні труднощі для державно-управлінської діяльності та породжує дисбаланс у функціонуванні ринку праці. Також важким викликом для національного ринку праці стала війна, яка внесла свої корективи в особливості тенденцій його розвитку.

Важливо вивчати питання попиту та пропозиції на ринку факторів виробництва (економічних ресурсів), попит на які, хоч і є похідним, все ж заслуговує уваги дослідників, особливо зважаючи на обмеженість ресурсів, нестабільність та невизначеність сучасного середовища функціонування суб'єктів ринкової економіки [1, с. 548].

Ринок праці є невід'ємною складовою частиною ринкової моделі економіки. На ринку праці відбиваються всі сторони багатогранної та складної життєдіяльності суспільства, проявляється весь спектр його інтересів, взаємозв'язків та суперечностей. Тому процес функціонування цього ринку постійно знаходиться в полі зору дослідників, вчених, бізнесу, освіти та держави, оскільки відтворення та якісна підготовка робочої сили – це загалом відтворення продуктивних сил суспільства, формування майбутнього вектору розвитку економіки України [2, с. 21].

Поведінка суб'єктів економіки, зокрема на ринку праці, коли йдеться про функціонування в умовах VUCA-світу, потребує нового підходу в управлінні, мотивації, переорієнтації та підвищенні кваліфікації робочої сили. В основу виникнення концепції VUCA-світу покладено використання англomовного акроніму з початкових літер чотирьох слів: 1) volatility (мінливість, волатильність); 2) uncertainty (невідомість, непередбачуваність); 3) complexity (складність); 4) ambiguity (неоднозначність, багатозначність) [4, с. 99]. Складність функціонування ринку праці у такому середовищі зумовлена швидкими змінами, у наслідок чого підготуватись до вирішення складних та неоднозначних завдань просто неможливо, адже використання раніше напрацьованих моделей поведінки суб'єктами цього ринку та стратегій управління стає неактуальним.

Основними причинами макроекономічної нестабільності на ринку праці вважають [3, с.72]:

1) фінансову нестабільність, яка характеризується спадом виробництва, валютними, фінансовими, бюджетними, борговими та банківськими потрясіннями;

2) підвищення рівня інфляції;

3) зменшення рівня зайнятості та зростання кількості безробітних.

Значно негативніший вплив на ринок трудових ресурсів України, порівняно з іншими викликами сучасності, створює ситуація, спричинена введенням в Україні військового стану. Так, за даними Державної служби зайнятості, з 1 по 31 березня 2022 року статус безробітного отримала 31 тисяча українців [6]. Працевлаштувалися за цей період часу 24 тисячі людей: з них 63% — у сільському господарстві, адже попри воєнні дії в безпечних регіонах України розпочалися весняно-польові роботи. Спостерігається значне зменшення кількості вакансій через ризик зазнати втрат: майже 29% українських компаній тимчасово не працюють або повністю зупинили роботу. Трохи більше ніж 61,5% підприємств продовжують працювати у своїх містах, а майже 10% евакуювали підприємства, зокрема на територію західних областей України [6].

Також спостерігається збільшення попиту на працівників таких професій: продавці, касири, водії, медики та аптечний персонал і загально робітничі спеціальності, такі як вантажники, двірники, прибиральники, пакувальники, комплектувальники і заправники. Крім цих професій на ринку праці з'явилася й нова вакансія – волонтер [6].

Після закінчення війни варто очікувати подальших змін на ринку праці, особливо це торкнеться затребуваності в спеціалістах певних професій та оплати праці. Зокрема попит на знання та вміння буде протягом певного проміжку часу похідним від необхідності відновлювати інфраструктуру, забезпечувати продуктами харчування все населення, реабілітувати та повертати до звичайного життя постраждалих, підтримувати порядок та надалі розвивати IT-сектор [5].

Отже, попри наявність значних проблем на ринку праці в Україні, зумовлених впливом макроекономічної нестабільності та невизначеності, цього року він зазнав ще одного потрясіння, пов'язаного з повномасштабним вторгненням Росії на територію України. Проте, спостерігається досить швидка адаптація до нової дійсності й поживлення на ринку праці вже в квітні порівняно з березнем цього року. Покращення ситуації на ринку праці можливе тільки завдяки грамотній політиці управління персоналом, високій мотивації робочої сили та прояві лідерських якостей кожним працівником, адже всі суб'єкти економіки на даний момент згуртовані навколо однієї мети – сприяти якнайшвидшій перемозі нашої держави.

*Список використаних джерел:*

1. Ватаманюк О. З. Економічна теорія: вступ, макроекономіка, мікроекономіка / О. З. Ватаманюк. – Львів: Інтеллект-Захід, 2011. – 656 с. – (2).
2. Волянська-Савчук Л. В. Теоретичні засади ринку праці в економічній системі / Л. В. Волянська-Савчук, В. О. Красовський. // 1. – 2019. – №33. – С. 21–33.
3. Кравець І. Поняття та класифікація сучасних господарських систем / І. Кравець. // 3. – 2013. – №97. – С. 70–76.
4. Ремньова Л. Основні виклики та детермінанти нової моделі управління персоналом в VUCA-світі / Людмила Ремньова. // 3. – 2019. – №19. – С. 99–105.
5. Агрофонд. Ринок праці України після війни: які професії стануть найбільш актуальними? Джерело: Agravery.com [Електронний ресурс] / Агрофонд // 1. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://agravery.com/uk/posts/show/rinok-praci-ukraini-pisla-vijni-aki-profesii-stanut-najbils-aktualnimi>. (дата звернення: 11.05.2022 р.)
6. Кінаш Д. Ринок праці в умовах війни. Кого шукають роботодавці в Україні та що пропонують за кордоном [Електронний ресурс] / Дар'я Кінаш // 1. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://suspilne.media/227295-rinok-praci-v-umovah-vijni-kogo-sukaut-robotodavci-v-ukraini-ta-so-proponuut-za-kordonom/>. (дата звернення: 11.05.2022 р.)

**Melnyk M. I.**

*Ivan Franko National University of Lviv*

**PECULIARITIES OF UKRAINIAN LABOR MARKET FUNCTIONING IN CONDITIONS OF INSTABILITY AND UNCERTAINTY**

*Annotation:* The report describes the main problems of the labor market of Ukraine and ways to adapt to new realities in conditions of instability and uncertainty. The problems of the labor market and the growth of unemployment due to hostilities are mentioned. It is especially worth noting the stability and rapid adaptation of labor market actors to the situation.

*Keywords:* labor market, VUCA-world, unemployment, war, reconstruction.



Лілія Миронюк

Львівський національний університет імені Івана Франка

## ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ОБЛІКУ І РОЗВИТОК СІМЕЙНОЇ МЕДИЦИНИ В УКРАЇНІ

Система охорони здоров'я в Україні продовжує проходити трансформацію на основі запровадження сімейної медицини. Особливо це стосується обліково-аналітичного забезпечення діяльності сімейної медицини. Для покращення послуг населенню з охорони здоров'я слід якісно організувати обліково-аналітичну роботу в медичних установах. Досвід показує, що реформа діяльності поліклінік призвела до покращення обслуговування пацієнтів. На даний момент первинна ланка медичної допомоги відіграє важливу роль у боротьбі з пандемією. Суттєво зросла завантаженість на лікарів, адже до них в першу чергу звертаються пацієнти з підозрою на COVID-19. Але і не менш важливим аспектом є державне фінансування бюджетних медичних установ. Тут і постає важливість організації обліково-аналітичного процесу в закладах охорони здоров'я. Це і мінімізація витрат та максимізація ефективності, що у значній мірі пов'язано з питанням діджиталізації обліково-аналітичної роботи. Саме тому дана проблематика є актуальною темою досліджень.

Аналізуючи вже наявні наукові дослідження та статті [1-4] автори наголошували про те, що питанням обліку, документообігу, аналізу у сімейній медицині не приділяли достатньої уваги, стверджували про відсутність у держави комплексного підходу до розробки моделі функціонування системи охорони здоров'я, вона довго була «заморожена» в стані не близькому до XXI ст. до ери комп'ютерів та діджиталізації. Сьогодні ситуація кардинально змінилася, адже медична реформа поклала в основу медичної допомоги первинну ланку системи, яка базується на інституті «сімейного лікаря», дала змогу змінити принципи фінансування лікарні. Відповідно до закону України «Про державні фінансові гарантії медичного обслуговування населення» [7] обсяг коштів Державного бюджету України, що спрямовуються на реалізацію програми медичних гарантій, щорічно визначається Законом України про Державний бюджет України. Видатки на програму медичних гарантій є захищеними статтями видатків бюджету. Для визначення шляхів ефективності функціонування установ охорони здоров'я, зокрема в умовах обмеженого бюджету країни, так і фінансового обмеження громадян країни на оплату послуг, процедур чи медикаментів, і виникає потреба в організації обліку медичних послуг. Однак облік медичних послуг має особливості, які потрібно враховувати під час його автоматизації в установі, оскільки їх вплив може позначитися на ефективності використання тієї чи іншої інформаційної системи. Станом на листопад 2021 року 78% українців[5], що складає понад 32 мільйони осіб громадян, уклали декларацію з лікарями, які надають первинну медичну допомогу (у Львівській – понад 90%). Аз 1 квітня 2020 р. в Україні вперше запрацювала Програма медичних гарантій, яка включає шість видів надання допомоги: первинна, спеціалізована амбулаторна, госпітальна, екстрена, паліативна та медична реабілітація, а також програму відшкодування ліків «Доступні ліки»[6].

Діджиталізація медицини спрямована на полегшення процесу отримання медичних послуг населенням та спрощення «паперової» роботи лікарів. У 2020 р. в електронній системі охорони здоров'я лікарю первинної медицини доступна електронна медична карта для кожного з пацієнтів, з яким підписана декларація. Це дозволяє позбавлятися паперової тяганини та переводить систему охорони здоров'я на цифрові технології. Для удосконалення всієї медичної сфери є потреба діджиталізації обліково-аналітичного процесу, зокрема інформації про витрати часу роботи лікарів (у тому числі у вихідні та святкові дні). Облік витрат робочого часу медичного персоналу може відбуватися як в загальному так і в деталізованому вигляді. У вигляді загальному визначається та обліковується час більш загальних та великих робіт (наприклад – прийом хворих в кабінеті, обробка документації чи робота з пацієнтами по телефону чи онлайн). У іншому випадку – деталізованому вигляді – розуміється дрібні, але не менш важливі види робіт, які стосуються загальних. Зібрані ж дані про витрати часу на той чи інший вид робіт можна за методом бухгалтерського обліку (в електронній обліковій системі) робити висновки про бюджет на місяць(тиждень, день), про фактичні витрати часу конкретного працівника, ефективність виконаної роботи протягом робочого дня. Часто як керівники, так і самі працівники нехтують цим аспектом, однак через це виникають прорахунки у щоденній роботі, які тягнуть за собою безкінечне вирішення поточних справ. Очевидно, що такий облік повинен проводити висококваліфікований фахівець, який є неупереджений у цій сфері та використовує тільки новітні технології для найбільш точного та правдивого результату обліку. Оскільки час - це найбільша цінність в житті всіх людей, його потрібно правильно та продуктивно використовувати, особливо фахівцям, які лікують та рятують людей, тому і постає потреба в обліку лікарських робочих годин. В свою чергу він повинен проводитися комп'ютеризовано та діджиталізовано, бо медицина вже стала на цей шлях.

Отже, облік за умов діджиталізації має пріоритет в наш час, особливо в сімейній медицині, це і швидкість створення, передачі, обробки та підпису документації, легкість видачі направлень, результатів дослідження і попереднього запису на процедури, що вимагає від фахівців умілого використання комп'ютерних технологій та обліково-аналітичних програм.

### Список використаних джерел:

1. Швець В. Рура І. Проблеми визначення собівартості послуг сімейної медицини / Науковий журнал "Проблеми економіки". – Харків, 2012. – С. 3-6.
2. Швець В. Є. Українська парадигма обліку, аналізу і контролю в умовах надзвичайних ситуацій / Сучасний стан та перспективи розвитку обліку, аналізу, аудиту, звітності і оподаткування в умовах євроінтеграції: тези доповідей II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Ужгород, 16 квітня 2020 р.). – Ужгород: Видавництво УжНУ «Говерла», 2020. – С. 116–119.
3. Гончарук С. М., Приймак С. В., Даниляк Л. Я. Сучасний стан і проблеми фінансування установ охорони здоров'я в Україні / міжнародний науковий економічний журнал "БізнесІнформ". – Харків, 2016. – с. 190-194
4. Рура І. В., Особливості організації і методики обліку медичних послуг у бюджетних установах/ Наукові записки [Національного університету "Острозька академія"]. Економіка. - 2013. - Вип. 22. - С. 123-127.
5. 78% українців уклали декларацію із сімейними лікарями – МОЗ: Українська правда [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://life.pravda.com.ua/health/2021/11/10/246428/> ( Дата звернення: 03.02.2022).
6. Верховна Рада України хвалила бюджет на 2020 рік: програма медичних гарантій, розвиток екстреної допомоги, забезпечення ліками: Міністерство охорони здоров'я України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/news/u-kvitni-nastupnogo-roku-princip-groshi-jdut-za-paciyentom-zapracyuye-na-vsih-rivnyah-medichnoyi-dopomogi-byudzheth-2020> (Дата звернення: 03.02.2022).
7. Закон України «Про державні фінансові гарантії медичного обслуговування населення» редакція від 12.01.2022. [Електронний ресурс]. – Режим доступу :<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2168-19/ed20220112#Text> ( Дата звернення: 03.02.2022)

**Марія Мозіль**

*Львівський національний університет імені Івана Франка  
maria.mozil52649@gmail.com*

## **РОЗВИТОК НЕОБАНКІВ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ**

Розвиток фінансових технологій, цифрова трансформація та поява відкритого банкінгу перевернули логіку банківського світу всього за кілька років і стали причиною народження нового покоління банків, які сьогодні відомі як необанки. У свою чергу пандемія Covid-19, що спричинила зростання інтересу до дистанційного використання продуктів і послуг, ще більше стимулювала їхній прогрес.

Необанк — це тип установи, яка пропонує фінансові продукти та послуги у цифровому форматі та не має фізичних відділень.

Необанки долають розрив між послугами, які пропонують традиційні банки, і очікуваннями клієнтів, що розвиваються в цифрову епоху. Там, де банки були громіздкими, негнучкими і до розчарування бюрократичними, необанки виявилися дешевшими, простішими і більш оперативними. Смартфона чи ПК достатньо, як для відкриття рахунку, так і для здійснення інших фінансових операцій онлайн.

Серед основних послуг, які надають необанки, можна виділити наступні:

- управління рахунками;
- обробка платежів;
- грошові перекази;
- онлайн кредитні картки;
- мікроінвестиції;
- управління активами;
- страхування;
- послуги електронного гаманця.

Досліджуючи специфіку діяльності необанків, доцільно розділити їх на три типи:

- 1) необанки, які самостійно отримують банківську ліцензію і є повноцінними гравцями на фінансовому ринку;
- 2) необанки, які отримують право на використання банківської ліцензії від традиційного банку;
- 3) великі технологічні необанки, які засновані великими мультинаціональними компаніями [5].

Під час пандемії кількість необанків у світі різко зросла. Дослідження Publicis Sapient показують, що з приблизно 240, які діяли в усьому світі в квітні 2021 року, понад 20% були запущені протягом попередніх 12 місяців. А станом на 2022 рік у світі налічується вже 250 необанків [1].

У 2021 році ринок необанків оцінювався в 47,39 мільярдів доларів США. Згідно зі статистикою, світовий ринок необанків росте з CAGR понад 47% і, як очікується, досягне 722,60 мільярдів доларів до 2028 року. Прогнозується, що між 2022 і 2030 роками світова індустрія необанків зросте з CAGR приблизно на 53,4 %. Таке зростання є результатом того, що необанки спонукають масове визнання бізнес-моделі з боку міленіалів, покоління Z та стартапів. І це ще не все. Масове просування необанків з боку середньосхідного фінансового простору додає більше імпульсу до зростання сфери. У той час як регуляторна політика в інших регіонах світу обмежувала необанки лише базовими фінансовими послугами, політика на Близькому Сході дозволяє необанкам пропонувати більш надійні фінансові послуги, як і в традиційних банках. У той час як необанки експоненціально зросли в Сполучених Штатах, Європі та на Близькому Сході, у деяких частинах світу, включаючи Азію та Африку на південь від Сахари, ця галузь майже не задіяна [3].

Зростання інтересу до необанків спостерігається не лише за кордоном, а й в Україні. Тут необанк («віртуальний банк», «цифровий банк», «мобільний банк»), здійснює свою діяльність на основі ліцензії іншого банку — материнського [4].

Першим на вітчизняний ринок у 2017 році вийшов Monobank, котрий працює на основі ліцензії «Універсал Банку», що виступає банком партнером. З того часу банк активно збільшував клієнтську базу, та нарощував прибуток.

Станом на квітень 2022 року український необанк обслуговує понад 5,8 млн клієнтів, які здійснили вже більше 3 млрд покупок у торгово-роздрібних мережах та мережі інтернет на 1,6 трлн грн та отримали 3,2 млрд кешбека. За січень-вересень 2021-го року банк отримав 2,5 млрд грн чистого прибутку, що в 6 разів більше, ніж роком раніше. Проте, слід зазначити, що Monobank, який навіть під час пандемії показував позитивну динаміку, з розгортання 24 лютого 2022 року повномасштабної війни, все таки зазнав втрат. За результатами першого кварталу 2022 року Monobank отримав збитки у сумі 109,6 млн грн. Банком було прийнято рішення з 1 квітня 2022 року і до закінчення дії воєнного стану скасувати нарахування процентів на залишок власних коштів на картках, яке раніше становило 3% [2].

На сьогодні окрім Monobank в Україні існують ще шість необанків: Sportbank, що здійснює діяльність на базі ліцензії «Оксі Банку», Todobank — працює за ліцензією «Мегабанку», O.Bank — працює на підставі ліцензії «Дея Банку», Neobank — здійснює діяльність на базі ліцензії «Конкорд Банку», Izibank — діє на підставі ліцензії «ТАСКОМБАНК», «Банк Власний Рахунок» — здійснює діяльність за ліцензією «Банк Восток».

Також в січні 2022 р. французькою фінтех-компанією Qonto було заявлено про плани відкриття необанку на фінансовому ринку в Україні. Станом на 12 січня 2022 р. Qonto залучив 552 млн доларів інвестицій у раунді D [4].

Загалом, усі вітчизняні необанки надають класичні банківські послуги, орієнтуючись на сегмент рітейлу. Однак, усвідомлюючи значну конкуренцію зі сторони традиційних банків та між собою, необанки шукають специфічні ніші для реалізації банківських послуг: Monobank започатковує брокерську діяльність, Sportbank працює з категорією фізично активних людей, NEOBANK позиціонує себе як банк для бізнесу та обслуговування фізичних осіб-підприємців, «Банк Власний Рахунок» обслуговує клієнтів торговельної мережі Fozzy тощо. Це відповідає світовим тенденціям необанкінгу, який фокусується на специфічних нішах, конкретних регіонах, певних категоріях споживачів [5].

Підсумовуючи, можна сказати, що постійне зростання ринку необанкінгу є свідченням того, що цифрові банківські рішення стають все популярнішими в суспільстві, надаючи готові, технологічно просунуті рішення для найкращого задоволення потреб бізнесу та клієнтів і швидка цифровізація фінансових послуг лише набирає обертів як в Україні, так і в світі.

*Список використаних джерел:*

1. James Filmer. The threats and opportunities for neobanks in 2022 URL: <https://www.publicissapient.com/industries/financial-services/neobanks-the-threats-and-opportunities-in-2022>
2. Monobank. URL: <https://www.monobank.ua/?lang=uk>
3. Neobanking: Stats, Future & Top Software Solutions [2022] URL: <https://sdk.finance/best-neobank-solutions/>

4. Іршак, О., & Творидло, О. (2022). РОЗВИТОК НЕОБАНКІВ В УКРАЇНІ. Економіка та суспільство, (36). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-36-10>

5. Лобозинська С., Скоморович І., Владичин У. Діяльність необанків на ринку фінансових послуг в Україні та світі. Фінансовий простір. 2021. No 3(43). С. 7–21. URL: [https://doi.org/10.18371/fp.3\(43\).2021.071821](https://doi.org/10.18371/fp.3(43).2021.071821)

**Maria Mozil**

*Ivan Franko National University of Lviv*

#### DEVELOPMENT OF NEOBANKS IN UKRAINE AND THE WORLD

Over the past few years, under the influence of the rapid development of innovation, the banking system has undergone radical changes. In particular, appeared, there is a completely new class of bank customers who are moving away from traditional banking methods. That is why in the modern world there is a need for new, innovative types of banking institutions – neobanks. Their goal is to enable customers to conduct financial transactions in the digital economy. They are part of the digital age and offer uninterrupted financial services on all mobile platforms. The peculiarities of the formation and functioning of neobanks in Ukraine and the world and the prospects for their further development have been investigated.

*Keywords:* digital transformation, banking system, neobanks, monobank.

**Анна Моцяк**

*Львівський національний університет імені І. Франка*  
*motsyak.anna.28@gmail.com*

## **БРЕНД ТА ЙОГО РОЛЬ У ПРОЦЕСІ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕФЕКТИВНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ**

З кожним роком економічне середовище маркетингу зазнає істотних змін. Зростає кількість підприємств на ринку, про те все меншає різниця між ними, що спонукає застосуванню чітко-вираженої корпоративної політики, застосуванню засобів маркетингової комунікації та професійних підходів до формування їх іміджу. У такому випадку ключовим фактором для успіху будь-якої компанії, через конкурентну боротьбу, в умовах невизначеності, набуває підхід, спрямований на ефективне використання маркетингових комунікацій. За умови вдалого впровадження маркетингової комунікації, налагоджується зв'язок між продавцем та потенційним клієнтом, що з часом може перетворитися у покупку. Ефективний процес комунікацій, сприяє формуванню лояльних відносин між брендом та споживачем. Усі функції, елементи та системи маркетингових комунікацій повинні бути спрямовані задля донесення клієнту усієї переконливої та об'єктивної інформації не тільки самого товару але й бренду.

Часто у своїх роботах, науковці приділяють увагу питанню, що стосується змін інформаційного середовища. Місця та ролі брендинга в маркетинговій індустрії. Неабияке значення приділяють комунікації у сучасних технологіях, інноваційних процессах. Серед них праці: Т. Амблера, О. Білого, М. Горкіної, Т. Діброви, Т. Лук'янець, Ф. Котлера, А. Панько, О. Шевченко, Н. Яловеги тощо.

Попри позитивні результати у дослідженні даної теми, тобто широкою ланкою інновацій, в тому числі маркетингових комунікацій, позитивного брендинга та власного іміджу компанії, у науковців залишається низка не досліджених запитань, що свідчить у потребі і надалі досліджувати роль бренду для організації ефективних маркетингових комунікацій.

Чи ж не кожна компанія, корпорація та установа, розуміє, щоб отримати успіх, потрібно постійно проводити підтримку комунікативної політики. Це допоможе завжди залишатися в інформаційному просторі. Дасть змогу своєчасно моніторити клієнтські запити, тим самим спростить роботу продавця та створить комфорт покупцеві.

Сучасний світ бізнесу – це постійна конкурентна боротьба, саме тому брендинг є ефективним засобом створення конкурентної переваги як у сфері бізнесу, так і у сфері соціального життя.

Корпоративний імідж це невід'ємна складова нематеріальних активів компанії. Поняття імідж визначається як штучна імітація або подання зовнішньої форми будь-якого об'єкта чи особи. Узагальнений образ, унікальні або оригінальні асоціації, емоційне ставлення до нього цільової аудиторії, все це з точки зору маркетингу про імідж бренд. Завдяки іміджу, сформованому засобами маркетингових комунікацій, у свідомості споживачів існує певна марка яка чітко відрізняється від конкурентів.

Отже, спробуємо виділити певні ознаки корпоративного іміджу:

По-перше це єдність аудіовізуальних та вербальних складових: торговельна марка, логотип, спеціалізація, споживчі аудиторії, корпоративна історія, організаційна структура тощо.

По-друге аудиторія повинна довіряти іміджу компанії, тому він має бути правдивим, інформаційно відкритим.

По-третє імідж компанії має захоплювати потенційних клієнтів, притягувати їх увагу, дивувати, захоплювати, тобто він повинен бути яскравим, емоційно забарвленим, конкретним, повинен створювати конкурентні переваги на ринку.

Інформація про товар або його торговельну марку, укладена в бренд, впливає на споживача, спонукаючи його до певних дій. Спочатку важливо сформуванню емоційне відношення споживача до торгової марку на основі інформації, поданої брендом, а також створити позитивний зворотний зв'язок між брендом і споживачем.

Позитивні емоції у споживача виникають або в процесі безпосереднього вживання товарів конкретної марки, або в процесі рекламування, отримання інформації, яка відображає характер бренду. Відносини між споживачем і брендом залежать від уявленню покупця і його очікування в отриманні позитивних емоцій від придбання товару.

У сучасному світі, саме брендинг товару у будь-якому підприємстві показує не лише спроможність та жагу виробника створювати, розвивати, підтримувати та захищати свою торгову марку але й насамперед, певною мірою, характеризувати ступінь розвитку ринкових відносин, розвиток маркетингових комунікацій у суспільстві та здатність до конкуренції.

За допомогою певних методів, прийомів та засобів, які дають змогу довести розроблений бренд до потенційного покупця і не лише сформувати в його уяві вигляд, імідж торгової марки але й допомогти у виборі товару через емоційну забарвленість, саме так здійснюється брендинг.

Через постійне проведення комунікативної політики, успіх компанії тільки зростає. Звичайно, що усі засоби комунікації різні, вони відрізняються певними параметрами. Традиційно у формуванні іміджу використовують поєднання різних засобів маркетингової комунікації. А ось на споживчому ринку, варто надати перевагу таким засобам формування іміджу як реклама (зовнішня, ЗМІ), спонсорвання та брендинг (так як брендинг формує образ компанії в очах споживачів). Хоч і фізичні параметри бренду в реальному житті дещо обмежені, проведений аналіз показав що створення ефективного комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій стає можливим за умови використання інтегрованої (єдиної) стратегії розвитку бренду. Саме бренд є інтегруючим елементом в системі маркетингових комунікацій, оскільки поєднує в собі формування потреби, реалізацію мети та формує лояльність споживачів. Тобто зосереджений на трьох важливих чинниках: мета, процес та результат.

*Список використаних джерел:*

- 1) Маркетингове середовище - [https://marketing-mmz.bitrix24.site/Marketynhove\\_seredovyshche/](https://marketing-mmz.bitrix24.site/Marketynhove_seredovyshche/)
- 2) Вплив чинників маркетингового макросередовища на аграрний ринок <https://www.econa.org.ua/index.php/econa/article/download/1017/725>
- 3) Сутність і структура маркетингового середовища підприємства - <https://studfile.net/preview/5740845/page:4/>
- 4) Маркетингове середовище та види маркетингу - [https://pidru4niki.com/10870419/marketing/marketingove\\_seredovische\\_vidi\\_marketingu](https://pidru4niki.com/10870419/marketing/marketingove_seredovische_vidi_marketingu)
- 5) Імідж організації: поняття, формування, елементи, тактика, вплив - <https://ru.osvita.ua/vnz/reports/management/13736/>
- 6) Комунікації всередині компанії: що це, як працює і як поліпшити комунікації в організації - <https://blog.agrokebety.com/komunikatsiyi-vsere-dinyi-kompaniyi>
- 7) 10 порад для покращення внутрішніх комунікацій - <https://dtek.com/media-center/news/10-sovetov-dlya-uluchsheniya-vnutrennikh-kommunikatsiy/>
- 8) Місце брендингу в сучасних маркетингових концепціях - [https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2011\\_4\\_2\\_89\\_97.pdf](https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2011_4_2_89_97.pdf)

**Motsiak A.V.**

*The Ivan Franko National University of Lviv*

**BRAND AND ITS ROLE IN THE PROCESS OF EFFECTIVE MARKETING COMMUNICATIONS**

*Abstract:* The article analyzes the process of image formation of special means of marketing communications. In particular, the role of effective brand marketing communications. Marketing analyzed the communication process between brand and consumer.

*Keywords:* brand, customer, company image, marketing communications, human factor.

Алла Нікодімова

Львівський національний університет імені Івана Франка  
alla.nikodimova2002@gmail.com

## ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНАЛІЗУ ДЛЯ ПРИЙНЯТТЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РІШЕНЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Можливість реалізувати інтереси суб'єктів господарювання на усіх рівнях управління пов'язана, насамперед, із багаторівневим використанням інвестиційних ресурсів, розвитком технологій та впровадженням інновацій. Підвищення ефективності інвестиційної діяльності підприємства дозволяє зміцнити та примножити виробничий, ресурсний, фінансовий потенціали та закріпитися на певному сегменті ринку.

Інвестиційна діяльність підприємств дуже часто пов'язана із певним рівнем непередбачуваності очікуваних результатів реалізації інвестиційних проектів. Це пов'язано з тим, що основною властивістю інвестиційного процесу є ризик, який залежить від різних напрямів вкладення інвестиційних коштів. Підприємства здійснюють аналіз інвестиційних проектів перед тим, як провести оцінку їх привабливості з точки зору співвідношення вкладених коштів, ризику та очікуваного доходу. Але найважливішим є прийняття управлінського інвестиційного рішення на засадах результатів аналізу, тобто вибір того проекту, який за прогнозованими оцінками буде найбільш прибутковим. Отже, саме аналіз усієї наявної інформації про проект і можливість його об'єктивної оцінки дозволяє отримувати підприємству дохід від інвестиційної діяльності.

Значна кількість питань методології аналізу інформації з метою оцінювання інвестиційного ризику підприємств залишаються дотепер актуальними і потребують чіткого обґрунтування, розробки нових підходів та методик з врахуванням викликів глобалізаційних процесів в економіці за умов багатокритеріальної невизначеності та пошуку найбільш оптимального варіанта для аналізу оцінки інвестиційних проектів.

Інвестування – це один із основних видів діяльності суб'єктів господарювання, який дозволяє їм розвиватися та досягати стійких конкурентних переваг на ринку. Підприємствам на будь-якій стадії свого життєвого циклу доводиться розглядати різні інвестиційні ідеї та приймати рішення відносного того або іншого проекту [3].

На нашу думку, інвестиційні рішення – це різновид управлінських рішень щодо інвестицій суб'єкта підприємництва, які займають особливе місце в системі управління, оскільки, мають довгостроковий характер, досить вагомі з огляду обсягів ресурсів, що залучаються для їх реалізації і пов'язані із підвищеними ризиками.

Саме тому необхідно визначити критерії оцінки прийняття раціонального інвестиційного рішення основою якої є інвестиційний аналіз. Наявність правильного економічного обґрунтування ефективності інвестицій дозволяє порівняти можливі варіанти вкладення ресурсів в технічні, технологічні, організаційні й інші заходи, представлені у кожному інвестиційному проекті. Однак, варто розуміти, що подекуди навіть детально розраховані витрати щодо реалізації інвестиційного проекту не можуть бути гарантією якості проекту з огляду на фактори зовнішнього середовища, які не можна передбачити у зв'язку з їх формами – мажорною основою (війна, пандемія COVID-19 та інші надзвичайні події).

Отже, для того, щоб зробити проект таким, що працює, а інвестиції реальними, на кожному етапі (стадії) необхідний аналіз економічної доцільності та реалізації інвестицій або інвестиційний аналіз.

Саме завдяки інвестиційному аналізу можна системно оцінити недоліки і переваги проектів шляхом:

- збирання та аналізу даних про об'єкт інвестицій – аналіз фінансового стану та результатів діяльності;
- визначення інвестиційних пріоритетів: термін, дохід і їх взаємозв'язок з ризиком;
- розгляду альтернативних варіантів;
- аналізу існуючих проблем і врахування різних аспектів розробки та реалізації проектів до прийняття рішення про їх фінансування.

Отже, можна підсумувати, що аналіз фінансового стану підприємства та його фінансових результатів є першочерговим етапом на шляху прийняття інвестиційних рішень.

Доповнити аналіз можна також з наступних інформаційних баз аналізу інвестиційних проектів: результати експертизи (юридичної, геологічної, екологічної, інженерної тощо); дані з глобальних інформаційних мереж щодо об'єкту інвестування; планові показники (бізнес-плани, бюджет інвестицій тощо); аудиторські висновки, консалтингові дані; маркетингові дані (ціни на ринку, сегмент ринку, позиція на ринку тощо); методичне та програмне забезпечення об'єкта інвестування; кошторисна інформація, планові розрахунки тощо; інформація про кадровий потенціал, його кваліфікацію та фахову компетентність; технічна документація; експертні висновки та обґрунтування інвестиційного проекту.

Виділення такого широкого спектру груп інформаційного забезпечення дає змогу ґрунтовно та всебічно розкрити досліджувані процеси інвестиційної діяльності. Отже, раціонально організований і відповідним чином врегульований інформаційний потік є основою для інвестиційного аналізу і, як наслідок, для прийняття оптимальних управлінських рішень.

Доречно також враховувати, що загальну сутність інвестування визначають два ключові фактори: час і ризик, а саме:

- час, адже отримання прибутку (доходу) планується в довгостроковій перспективі;
- ризик, адже кошти вкладаються в певній кількості, а величина майбутнього прибутку (доходу), як правило, невідома.

На нашу думку, ризик є тим фактором, що дуже часто стримує інвестиційну діяльність підприємства-інвестора, і, з іншого боку, також гальмує можливість залучення інвестицій з боку підприємства – об'єкта інвестування.

Варто розуміти, що повністю уникнути ризику інвестиційної діяльності підприємством неможливо, але існують різноманітні інструменти як мінімізації, так і оптимізації його рівня за співвідношенням ступеня ризику та сподіваного доходу за проектами [1].

Важлива роль під час прийняття інвестиційного рішення відводиться оцінці їх ефективності та ступеню ризику. У той же час не варто забувати, що досить багато залежить і від інтуїції, досвіду та підприємницького таланту особи, що приймає ці рішення.

Для вибору найкращого інвестиційного рішення необхідно скористатися надійними інструментами оцінки їх ефективності. Тому процес прийняття інвестиційних рішень має супроводжуватися відповідними розрахунками, на підставі яких можна зробити висновок щодо доцільності вкладення коштів у конкретний проект. Незважаючи на суттєві відмінності між типами проектів та різноманітність умов їх реалізації, оцінювання доцільності прийняття інвестиційного рішення необхідно здійснювати інтегровано за єдиними правилами та на основі єдиних обґрунтованих принципів.

Отже, прийняття рішень на інвестування ґрунтується в основному на принципах оцінки його ефективності:

- аналіз інвестиційного проекту всього життєвого циклу;
- моделювання грошових потоків, включаючи всі пов'язані із реалізацією інвестиційного проекту грошові надходження та витрати;

- оцінка всіх можливих альтернатив інвестування;
- принцип позитивності та максимуму ефекту;
- урахування чиннику часу при оцінці інвестиційного проекту (дисконтування);
- урахування всіх можливих наслідків інвестиційного рішення (економічні, екологічні, соціальні);
- багатоетапність оцінки на різних стадіях життєвого циклу проекту [2, с. 89].

Досліджуючи наукові доробки вітчизняних науковців, ми бачимо потребу в удосконаленні методичного підходу та єдиного інтегрованого підходу щодо адекватного оцінювання інвестиційних рішень на базі результатів фінансового аналізу, експертних оцінок ризикованості проектів та пошуку методів та прийомів встановлення найкращого співвідношення між рівнем інвестиційного ризику та прибутковості проекту з обов'язковим врахуванням особливостей підприємств з огляду на його вид діяльності та сектор економіки. Це не лише дозволить підвищити ефективність здійснення інвестиційної діяльності на рівні суб'єктів господарювання, але і сприятиме формуванню інвестиційного клімату держави з огляду на залучення міжнародних інвесторів та стимулювання вітчизняних.

*Список використаних джерел:*

1. Кудря Я. В. Управління інвестиційними ризиками промислових підприємств : монографія; ДУ "Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАН України"; наук. редактор д.е.н., проф. С. О. Ішук. Львів, 2019. 174 с. (Серія "Регіони: моніторинг, прогнози, моделі"). URL: <http://ird.gov.ua/irdp/p20190010.pdf> (дата звернення: 12.05.2022).
2. Леось О.Ю., Семенова К.Н. Особливості прийняття інвестиційних рішень та формування інвестиційного портфелю на промислових підприємствах України. *Економіка та держава*. 2013. № 10. с. 86-89. URL: [http://www.economy.in.ua/pdf/10\\_2013/21.pdf](http://www.economy.in.ua/pdf/10_2013/21.pdf) (дата звернення: 12.05.2022).
3. Морщенок Т.С. Прийняття та обґрунтування інвестиційного рішення в умовах ризику. *Економіка промисловості*. 2009. № 4. С. 109–114. URL: [http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/10348/st\\_47\\_17.pdf?sequence=1](http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/10348/st_47_17.pdf?sequence=1) (дата звернення: 12.05.2022).

**Alla Nikodimova**

*Ivan Franko National University of Lviv*  
*alla.nikodimova2002@gmail.com*

**INFORMATION SUPPORT OF THE ANALYSIS FOR MAKING INVESTMENT DECISIONS AT THE ENTERPRISE**

*Annotation.* This study considers and analyzes the essence of investment projects and investment policy of enterprises. Methodical approaches to the analysis of information on the preparation of management decisions in the field of investment taking into account the risk are highlighted. The basic principles and generalizations of further making managerial decisions on the expediency of real investment enterprises are revealed and systematized.

*Keywords:* analysis, investing, investment activities, investment projects and decisions, risk, efficiency.

**Ольга Нестор**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*

*Olyanestor1n@gmail.com*

## **ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ З ПОКУПЦЯМИ І ЗАМОВНИКАМИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВДОСКОНАЛЕННЯ**

Облік розрахунків із покупцями і замовниками завжди був і залишається найважливішою ділянкою бухгалтерської роботи, оскільки на цьому етапі формується основна частина доходів та грошових надходжень підприємств. Відтак, інформація повинна бути повною і об'єктивною стосовно дебіторської заборгованості за товари, роботи і послуги.

На жаль, існує чимало проблемних аспектів, пов'язаних з обліком розрахунків із покупцями і замовниками, зокрема, варто виділити:

- недосконалість обліку простроченої та безнадійної заборгованості;
- теоретичні і методичні аспекти класифікацій та відображення в обліку та звітності;
- збільшення обсягу неплатежів;
- питання гармонізації обліку розрахунків з покупцями і замовниками за податковим законодавством;
- розрахунки за допомогою платіжних доручень;
- стан взаєморозрахунків із діловими партнерами підприємства [4, с.2].

Розв'язання таких проблем потребує комплексного підходу, інтеграції облікової та управлінської систем підприємства.

Одним із способів вирішення зазначених проблем є створення системи контролю, моніторингу процесу розрахунків з покупцями та замовниками. Це, в свою чергу, дозволить звести до мінімуму ризики, які пов'язані з реалізацією дебіторської заборгованості.

Зокрема, для контролю дебіторської заборгованості необхідно розробити комплекс заходів, здійснювати контроль за станом розрахунків з покупцями та замовниками і, відповідно, стежити за співвідношенням дебіторської та кредиторської заборгованості.

В літературі можна зустріти багато подібних рекомендацій щодо створення такої системи.

Наприклад, Білик М.Д. пропонує створити відділ спеціально для контролю за дебіторською заборгованістю [1, с. 34-35]. З одної сторони, це дійсно покращить ситуацію, але з іншої – потрібно обґрунтувати доцільність створення цілої служби. І також варто зауважити, що це можливо лише на великих підприємствах, де необхідно підібрати персонал та проаналізувати обсяг роботи. Відтак, можливо навіть доцільніше буде звернутися до вже досвідченого аудитора, аніж шукати і влаштовувати на роботу людину такого напрямку.

Зокрема, проблемою підприємств є і те, що досить важко оцінити суму ймовірної безнадійної заборгованості, розрахувати резерв для її списання і, тим більше, списати її у бухгалтерському обліку.

Цю проблему дослідив Подолянюк Р.В. та запропонував формувати резерв сумнівних боргів у розрізі кожного з боржників, за термінами непогашення дебіторської заборгованості та залежно від розмірів підприємства та обсягів діяльності. Відтак, це дасть змогу отримувати інформацію про суми дебіторської заборгованості, яка визнана сумнівною; про суми списаної дебіторської заборгованості в межах та понад резерву сумнівних боргів; про суми заборгованості, що раніше була визнана безнадійною [3, с. 114-116].

Крім цього, розрахунки між підприємством та покупцями, передбачають виникнення зобов'язань по сплаті податків. Об'єктами оподаткування і об'єктами, пов'язаними з оподаткуванням є майно та дії, відповідно до яких у платника податків виникають обов'язки щодо сплати податків та зборів. Такі об'єкти за кожним видом податку та збору визнаються відповідним розділом Податкового кодексу України.

Розгляду даній проблемі приділив свою увагу Бутинець Ф.Ф., який під податковим обліком розглядає систему бухгалтерського обліку, яка на основі затверджених державою правил виконує функції нарахування та сплати податків і надходження інформації про це відповідним державним органам [2, с. 15].

Хотілось би виокремити проблему стосовно розрахунків із покупцями та замовниками підприємства, які ведуться в основному за допомогою платіжних доручень. Проблема полягає в тому, що, на жаль, дана форма розрахунку не дає підприємству ніякої гарантії, що клієнт оплатить відвантажену продукцію.

Зважаючи на те, що підприємства, окрім розрахунків за платіжними дорученнями, здійснюють також разові розрахунки із покупцями, вигідніше проводити розрахунки в акредитивній формі. Ця форма передбачає, що банк покупця дає доручення банку постачальника оплатити виконані постачальником, роботи на умовах, що передбачені в акредитивній заяві отримувача. В свою чергу, сума акредитива буде депонована на окремому рахунку банком покупця з метою подальшого покриття виплат постачальнику. В тому випадку, якщо у покупця бракує коштів на розрахунковому рахунку, то акредитив може виставлятися за рахунок позики.

Аналізуючи наукові погляди щодо методики обліку розрахунків з покупцями і замовниками за різними сферами, варто зауважити, що вони розділились на три групи:

До першої групи відносяться автори, які вважають, що облік розрахунків з покупцями і замовниками – це переважно дослідження дебіторської заборгованості, що виникає при розрахунках на умовах післяоплати та відтермінування платежів.

У другій групі науковці вважають, що облік розрахунків з покупцями і замовниками – це облік виставлення рахунків на сплату та відображення оплати за різними формами розрахунків, в тому числі оплата дебіторської заборгованості за товари, роботи, послуги.

Вчені третьої групи вважають, що облік розрахунків з покупцями і замовниками, який орієнтований на активні продажі та оперативне управління розрахунками з ними із використанням Інтернет – технологій є перспективним напрямком досліджень обліку розрахунків з покупцями [4, с. 4].

Проведені науковцями дослідження щодо наявних проблем обліку розрахунків з покупцями та замовниками, дають можливість визначити їх шляхи вдосконалення. Зокрема, науковцями було запропоновано пропозиції щодо вдосконалення класифікацій та оцінки відображення в обліку розрахунків з покупцями, впровадження додаткових аналітичних та синтетичних рахунків, вдосконалення первинних документів та звітності загалом.

*Список використаних джерел:*

1. Білик М. Д. Управління дебіторською заборгованістю підприємств. *Фінанси України*. 2003. № 12. С. 24-36.
2. Бутинець Ф.Ф., Драбаніч А.В. Інтегрований облік як засіб управління підприємством. *Бухгалтерський облік, аналіз та аудит: проблеми теорії, методології, організації*. 2016. № 2. С. 12–24.
3. Подолянюк Р. В. Актуальні проблеми обліку дебіторської заборгованості. *Управління розвитком*. 2012. №4. С. 114 – 116.
4. Слєпченко В.П., Скрипник М.І. Методика обліку розрахунків підприємства з покупцями та замовниками. *Економіка та суспільство: Облік і оподаткування*. Вип. № 29. 2021. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021>



**Nestor Olha**

*Ivan Franko National University of Lviv*

**PROBLEMATIC ASPECTS OF ACCOUNTING FOR SETTLEMENTS WITH BUYERS AND CUSTOMERS AND WAYS TO IMPROVE THEM**

An analysis of scientific works was conducted, which helped to identify the main problems of accounting for payments to buyers and customers, as well as to suggest ways to solve them. In particular, the following problems were identified: imperfect accounting of overdue and bad debts; theoretical and methodological aspects of classifications and reflection in accounting and reporting; increase in non-payments; issues of harmonization of accounting settlements with buyers and customers under tax legislation; settlements by means of payment orders; the state of mutual settlements with business partners of the enterprise. In accordance with the above problematic aspects, a number of proposals were made, namely: to improve the classification and evaluation of the reflection in the accounting of payments to customers, the introduction of additional analytical and synthetic accounts, settlements in letter of credit, improving primary documents and reporting in general.

*Keywords:* settlements with buyers and customers; receivables; reserve for doubtful debts; probable bad debts.

**Яна Новодворська**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*  
*y.ananovodvorska180701@ukr.net*

## **«ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ «ЗЕЛЕНИХ» ОБЛІГАЦІЙ В УКРАЇНІ»**

Глобалізаційні процеси, перенаселення, нераціональне використання природних ресурсів та велика кількість інших чинників істотно впливають на клімат та навколишнє середовище. Оскільки проблеми зі станом довкілля торкнулися всіх країн світу без винятку, то перехід до зеленої та низьковуглецевої економіки – чи не єдиний варіант, який допоможе зменшити швидкість екологічного занепаду. «Зелені» облигації – один із тих інструментів, який покликаний сприятливо вплинути на стан навколишнього середовища.

«Зелені» облигації (green bonds) – новітній фінансовий інструмент, який надає можливість різним емітентам (державам, організаціям, акціонерним товариствам) мобілізувати інвестиції в проекти або активи, які можуть допомогти суспільству адаптуватися або пом'якшити вплив зміни клімату. Наразі екологічний або, як його ще називають, «моральний» фактор – те, що відрізняє ринок «зелених» облигацій від традиційних аналогів [7].

«Зелені» облигації працюють так само, як і будь-які інші корпоративні або державні облигації. Крім того, часто таке інвестування дає право інвесторам користуватися податковими пільгами [6].

Порівнюючи «зелені» облигації із традиційними аналогами, варто наголосити, що «зелені» облигації є менш ризикованими, а тому і менш прибутковими фінансовими інструментами, проте вони можуть збільшити загальний потік капіталу, а також доступ до фінансування на різних етапах життєвого циклу проекту [7].

Для ідентифікації, чи є облигація «зеленою», важливо визначити, з якою метою її емітують. Насамперед, «зелені» облигації залучають для проектів, які задовольняють потреби створення поновлюваних джерел енергії, забезпечення енергоефективності та енергозбереження, ефективної утилізації відходів, раціонального використання земельних ресурсів (у тому числі ефективне лісництво та сільське господарство), збереження біологічних видів (біодиверсифікація), "чистого" (екологічного) транспорту, ефективного управління водними ресурсами, адаптації до кліматичних змін [3].

Якщо в переважній більшості країн світу, як розвинених, так і тих, що розвиваються, ринок «зелених» цінних паперів вже давно успішно функціонує, то в Україні ситуація дещо інша. Лише 16 серпня 2020 року набрав чинності Закон «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо спрощення залучення інвестицій та запровадження нових фінансових інструментів», який визначає поняття «зелених» облигацій, вимоги до емітентів, цілі емісії і т.д [1].

Проте важливим є той факт, що, за рік до набуття Законом чинності, у листопаді 2019 року українська енергетична компанія ДТЕК випустила дебютні «зелені» єврооблигації у розмірі 325 млн. євро з терміном обігу 5 років та ставкою 8,5% річних для фінансування будівництва Тилігульської ВЕС [2].

Незважаючи на те, що на момент емісії ринок «зелених» облигацій в Україні ще не розпочав своє функціонування і перші українські «зелені» бонди нині котуються на європейських біржах (а саме на ірландській біржі Euronext Dublin), факт випуску таких цінних паперів енергетичною компанією ДТЕК свідчить про те, що саме тоді уже було закладено початок до формування та розвитку ринку екологічних цінних паперів і в Україні.

До проблем функціонування та розвитку ринку «зелених» фінансових інструментів в Україні відносять:

- недостатню законодавчу та нормативно-правову базу урегулювання державної політики щодо організації ринку «зелених» облигацій, а особливо в частині виконання міжнародних принципів;
- відсутність знань та досвіду в емітентів щодо можливостей залучення фінансування екологічно чистих проектів шляхом випуску «зелених» бондів;
- недостатній рівень розвитку українського фондового ринку;
- низькі кредитні рейтинги емітентів;
- слабкий рівень захисту інтересів інвесторів [5].

Усі ці бар'єри негативно впливатимуть на рішення інвесторів зайти на фінансовий ринок України. Вкладаючи свої кошти в еко-проекти, вони очікуватимуть фінансової віддачі в тому числі, а ризики, викликані перерахованими вище негативними аспектами, спонукатимуть їх інвестувати в економіку тих країн, де ці ризики є мінімальними. Тому важливим етапом є розробка плану дій щодо ефективного розвитку даного сектору.

Очікується, що найбільшими емітентами «зелених» бондів в Україні будуть саме муніципалітети. Тобто органи державного самоврядування випускатимуть «зелені» облигації для залучення додаткового фінансування для досягнення певних цілей, наприклад, утеплення приміщень шкіл, дитсадків, екологічно ефективної переробки твердих відходів, збільшення кількості «чистого» громадського транспорту на та ін.

Запровадження ринку «зелених» облигацій в Україні є перспективним аспектом розвитку фінансового сектору. У Держенергоефективності повідомляють, що до 2030 вдасться залучити близько 73 млрд. дол. США шляхом емісії «зелених» облигацій за умови ефективного розвитку ринку. Також очікується, що до 2035 року обсяги електроенергії, вироблені відновлювальними джерелами, складатимуть близько 25% в загальній структурі первинного постачання. Передбачається зменшення обсягів викидів CO<sub>2</sub> на 20% упродовж цього ж періоду [5].

Наразі в Україні відсутнє необхідне інституційне середовище, а фондовий ринок знаходиться на нерозвинутому етапі. Світовий досвід показує, що довіра є одним з основних факторів у цій сфері. Тому варто вжити таких заходів:

1. Розробити досконалу нормативно-правову базу, що чітко регламентуватиме емісію «зелених» облигацій, запобігатиме випадкам «зеленого камуфляжу», створить сприятливі умови для інвесторів.
2. Імплементувати міжнародні принципи «зелених» облигацій в національне законодавство, а також розробити власні стандарти з врахуванням особливостей місцевого ринку.
3. Запровадити вільний ринок для приватного сектору (облигації, емісію яких здійснюють приватні юридичні особи) та правове регулювання для публічного (облигації, емітентами яких є держава, державні установи та муніципалітети).
4. Запровадити стимули для емітентів та інвесторів, користуючись досвідом інших країн (компенсація, податкові кредити та ін).
5. Залучитися підтримкою міжнародних фінансових організацій та банків розвитку та налагодити співробітництво із зарубіжними інвестиційними компаніями та фондами [4].

У зв'язку із повномасштабною війною нині військові облигації мають перевагу над «зеленими» в Україні. Проте, на мою думку, саме «зелені» бонди можуть стати тим фінансовим інструментом, який допоможе залучити додаткові фонди, необхідні для відбудови країни.

Таким чином можна зробити акцент не лише на безпековий фактор нової інфраструктури, але і на екологічний. Крім того, залучення «зелених» облигацій у проекти, пов'язані із розвитком альтернативних джерел енергії, дасть можливість зменшити залежність від неекологічних паливних ресурсів.

*Список використаних джерел:*

1. Закон України "Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо спрощення залучення інвестицій та запровадження нових фінансових інструментів" [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/738-20#Text>.
2. Орієнтація України на цілі Green Deal є практичною реалізацією євроінтеграційного вектору розвитку держави [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://dtek.com/media-center/news/aleksandr-kucherenko-orientatsiya-ukrainy-na-tseli-green-deal-yavlyaetsya-prakticheskoy-realizatsiye-eyrointegratsionnogo-vektora-razvitiya-gosudarstva/>.
3. Рублик В. М. Зелені облігації як інструмент фінансування екологічних проєктів / В. М. Рублик. // Інвестиції: практика та досвід. – 2020. – С. 72–76.
4. Фролов А. Ю. Світовий досвід організації ринку зелених облігацій та можливості його запровадження в Україні / Андрій Юрійович Фролов. // Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України. – 2019. – С. 84–92.
5. Фролов А. Формування державної політики запровадження ринку зелених облігацій в Україні / Андрій Фролов. // Держенергоефективності. – С. 1–14.
6. Green bond [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.investopedia.com/terms/g/green-bond.asp>.
7. Weber O. Green bonds. Current development and their future / O. Weber, V. Saravade. // CIGI Papers. – 2019. – С. 1–22.

**Novodvorska Yana**

*Lviv National University of Ivan Franko*

**"PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF THE MARKET OF GREEN BONDS IN UKRAINE"**

*Annotation.* The climate and the environment suffer significantly from the effects of human activities today. The transition to a green and low-carbon economy is perhaps the only option that can reduce the rate of environmental decline. Green bonds are a tool designed to have a positive impact on the environment.

At a time when the market of "green" bonds is successfully functioning in most countries of the world, in Ukraine this industry is only at the stage of formation. Given the global experience of organizing the green bond market, including countries with credit ratings close to Ukraine, it can be argued that the green bond market is an important aspect of sustainable development of the Ukrainian economy in the future.

*Keywords:* green bonds, issue of green bonds, energy efficiency, capital flow, project life cycle, stock market, economic development, CO2 emissions.

Валерія Онуцька

Львівський національний університет імені Івана Франка

valeriia.onutska@lnu.edu.ua

## ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ СПОЖИВЧИХ ТОВАРІВ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Повномасштабна війна на території України спричинила чималі зрушення у всіх секторах економіки країни. Значна частина території України на даний момент перебуває під активними бойовими діями, що породжує численні людські втрати, знищення інфраструктури міст, підприємств, втрату виробничих можливостей та міжрегіональних зв'язків між торгівельними секторами. Війна, людські жертви, нестача ресурсів та проблема логістики безпосередньо впливають на економіку та добробут суспільства, на показники зайнятості та безробіття в країні, рівень цін та асортимент продукції, транспортну політику та збутову діяльність.

Майже всі ринки зазнали трансформацій та економічних зсувів, зокрема і ринок споживчих товарів. Після шоку перших тижнів війни економічна активність поживляється у відносно спокійних регіонах. Бізнес поступово відновлює свою діяльність та налагоджує логістику, всупереч викликам воєнного часу. Якщо в перші тижні березня частка підприємств, які повністю припинили свою діяльність, перевищувала 30%, то на початку квітня – зменшилася до 23% [1]. Причинами припинення роботи є чинники зростання цін на ресурси та сировину, порушення ланцюгів постачання та виробничих процесів, нерівномірний попит на товари, збільшення витрат бізнесу, матеріальне знищення активів та виробничого капіталу багатьох компаній через повномасштабний напад росії на Україну. Важливим фактором є також нестача робочих рук, оскільки багато працівників стали на захист своєї землі.

Ключовими чинниками, що визначають споживчу поведінку є особистісні, соціальні та психологічні. Задоволення споживчих потреб соціуму та форми їх виявлення за час війни істотно змінилися через: наявне економічне становище із врахуванням зміни постійного доходу; мотивацію до придбання; внутрішнє переконання купівлі продукції певної компанії. Більшість українців свідомо відмовляються від купівлі продукції країни окупантів, бойкотують міжнародні компанії, які не бажають покинути російський ринок. Серед них бренди, що пропонують споживачам продукти харчування, косметику та засоби для догляду, одяг та взуття, побутову техніку, комп'ютерну техніку, автомобілі, корми для тварин та інші товари. Прикладами таких компаній є: Metro (мережа гіпермаркетів), Calzedonia (мережа магазинів домашнього одягу), Ecco (мережа магазинів взуття), Lacoste (мережа магазинів брендового одягу та взуття), L'Occitane (косметичний бренд), Xiaomi (виробник смартфонів). Крім цього, громадяни активно підтримують українське виробництво, адже це створює прямі інвестиції в економічний розвиток країни.

Для детального аналізу, оцінки причинно-наслідкових зв'язків у наявних змінах, варто розглянути споживчий ринок через призму комплексу маркетингу, що становить собою набір різних чинників, що піддаються контролю, з метою сприяння бажаній реакції ринку. Визначальними є асортимент продукції, ціна, логістика та просування товарів.

З початком війни, споживчий попит перерозподілився на соціальні групи товарів: крупи, борошно, цукор, хліб, риби та м'ясні консерви. Щодо товарів побутової хімії, а саме пральних засобів, то, наприклад, раніше були переваги в капсулах для прання, на даний час пріоритетом є сухий порошок. Сьогодні перед споживачами стоїть завдання задовольнити основні потреби, враховуючи те, що асортимент товарів на полицях є обмеженим. Українські мережі підбирають аналоги товарів, які зараз неможливо завезти, і надають споживачам вибір менш відомої, але не менш якісної, як імениті бренди, продукції.

Ціни на певні товари зросли через:

- порушення виробничих процесів;
- логістичні проблеми через тимчасову окупацію частини територій, руйнування транспортної інфраструктури та, як наслідок, нерівномірну розподілену пропозицію за окремими регіонами;
- ефекти перенесення девальвації обмінного курсу гривні, яка відбулася напередодні війни;
- високу вартість енергоносіїв у світі, що тисне на вартість палива та товарів зі значною часткою енергоносіїв у собівартості [2].

За оцінками Національного банку, інфляційний тиск зберігатиметься й надалі, насамперед через наслідки повномасштабної війни. За підсумками 2022 року інфляція може перевищити позначку 20%, але залишатиметься контрольованою.

В умовах війни відчутно ускладнилася логістика. Постачання базових споживчих продуктів стало неможливим або складно організованим процесом у місця активних бойових дій. Багато компаній об'єднують логістичні зусилля, використовуючи один транспортний засіб на кілька підприємств для доставки товару. Колишні конкуренти об'єднують зусилля та перетворюються на партнерів. Актуальним стало поширення інформації однією мережею з іншою, про постачальників і виробників, особливо регіональних, щоб замінити тих, що випали з виробничих ланцюжків. Експорт товарів у березні 2022 року стрімко скоротився через порушення логістики та руйнування виробничих засобів. Імпорт товарів також знизився внаслідок зменшення внутрішнього попиту, складнощів із перевезенням, а також його обмеження критичними статтями [2].

Просування товарів, зокрема, стимулювання збуту, реклама, персональні продажі, на сьогодні дещо призупинилися. Першочерговим завданням є забезпечення базового асортименту продукції та її доставки до кінцевого споживача. Покупець, нині, зазвичай керується принципом «Що є на полиці», або орієнтується на свої минулі вподобання у виборі того чи іншого бренду.

Отож, війна спричинила значні трансформації споживчого товарного ринку. Активні бойові дії безпосередньо вплинули на економіку: зменшили різноманіття продукції на полицях, спричинили ріст цін на певні групи товарів, скоротили експорт та імпорт продукції, ускладнили процес логістики та уповільнили просування товарів, комунікаційну політику. Водночас змінилися цінності та пріоритети споживачів щодо придбання того чи іншого продукту, а також українці почали масово підтримувати вітчизняне виробництво.

*Список використаних джерел:*

1. Виступ Голови Національного банку Кирила Шевченка щодо поточної ситуації в економіці України та перспектив її подальшого розвитку. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/vistup-golovi-natsionalnogo-banku-kirila-shevchenka-schodo-potochnoyi-situatsiyi-v-ekonomitsi-ukrayini-ta-perspektiv-yiyi-podalshogo-rozvitku>.
2. Коментар Національного банку про поточний стан та перспективи економіки України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/komentar-natsionalnogo-banku-pro-potochniy-stand-ta-perspektivi-ekonomiki-ukrayini>.

Onetka Valeriya

Ivan Franko National University of Lviv

valeriia.onutska@lnu.edu.ua

CONSUMER MARKET TRENDS DURING THE WAR

**Анастасія Островляничук**

Львівський національний університет імені Івана Франка

E-mail: anastasiia.ostrovlianchyk@lnu.edu.ua

## ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ (НА ПРИКЛАДІ ВЕЛИКОБРИТАНІЇ, ШВЕЙЦАРІЇ ТА НОРВЕГІЇ)

Актуальність вивчення тенденцій розвитку електронної торгівлі зростає, адже зі стрімким розвитком інформаційних технологій увесь світ старастяся залучати їх у всі сфери економіки, що впливає на поступ країни як в економічній сфері, так і в соціальній. Також, аби розвинути свій бізнес та просунути товари та послуги не тільки на національний ринок, але й на міжнародний, майже кожен бізнес здійснюють за допомогою мережі Інтернет, тобто розвивають електронну торгівлю. Різні аспекти електронної торгівлі були предметом уваги вчених різних країн, серед яких і вітчизняні - Новицький А. [1], Позняков С. [1], Міщенко В.І. [2], Шаповалов А.В. [2], Юрчук Г.В. [2], Шалева О. І. [3], Шишка О.Р. [4] та інші. **Метою** нашого дослідження є встановлення сучасних тенденцій та перспектив розвитку електронної торгівлі на основі аналізу статистичних даних для обраних високорозвинених країн - Великобританії, Швейцарії та Норвегії – й обґрунтування рекомендацій щодо національної практики в даній сфері. **Завдання:** дослідити поняття електронної торгівлі та електронної комерції та взаємозв'язок між ними; проаналізувати тенденції розвитку електронної торгівлі у Великобританії, Швейцарії, Норвегії; розробити рекомендації щодо розвитку електронної торгівлі в Україні з урахуванням виявлених переваг й недоліків на ринках високорозвинених країн та в контексті євроінтеграції. **Предмет дослідження** – процеси функціонування ринків електронної торгівлі як специфічної системи економічних відносин у сфері обміну товарів і послуг. **Об'єкт дослідження** – електронна торгівля як підгалузь торгівлі у Великобританії, Швейцарії, Норвегії та Україні. У процесі дослідження використано економіко-математичні методи.

Електронна торгівля (англ. e-trade) є складовою електронної комерції (англ. electronic commerce) – сфери цифрової економіки, яка стрімко розвивається завдяки сучасним технологічним досягненням. Поняття "електронна торгівля" вужче, ніж поняття "електронна комерція", оскільки до електронної комерції відносять електронний обмін інформацією (англ. Electronic Data Interchange, EDI), електронний рух капіталу (англ. Electronic Funds Transfer, EFT), електронну торгівлю (англ. e-trade), обіг електронних грошей (e-cash), електронний маркетинг (англ. e-marketing), електронний банкінг (англ. e-banking), електронні страхові послуги (англ. e-insurance) тощо [3, с. 10]. Так вважає і Тедеев А. А.: «електронна торгівля є тільки окремим випадком електронної комерції» [5, с. 17]. Виконаний нами огляд визначень цих понять свідчить про те, що домінує таке розуміння співвідношення між ними: торгівля – це комерція, але не кожна комерційна діяльність є торгівлею, у чому власне й проявляється різниця (зокрема, див. [4, с. 99]). На нашу думку, електронна торгівля - це процес купівлі-продажу, здійснений за допомогою електронних приладів дистанційним способом.

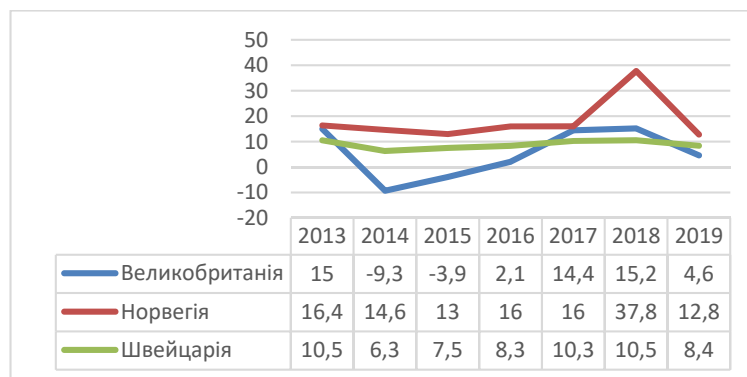


Рис. 1. Темпи приросту обсягів продажів е-торгівлі, % відносно до попереднього року

Джерело: складено та обчислено автором за даними [6,7,8].

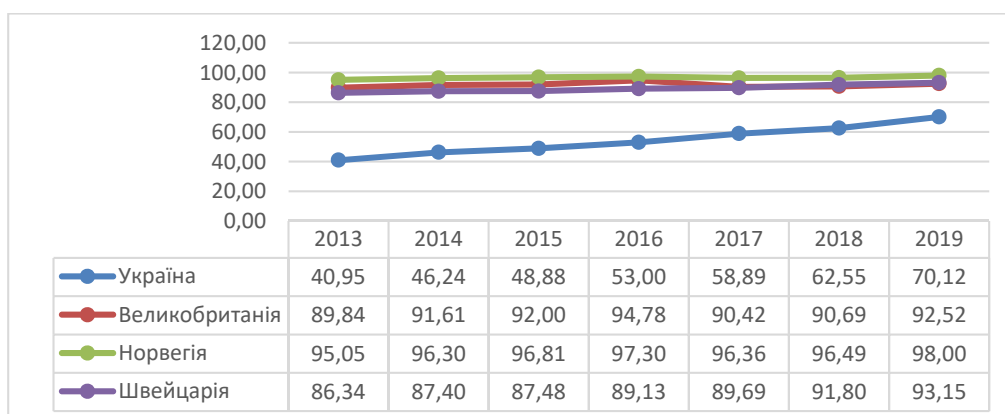


Рис. 2. Частка користувачів мережею Інтернет відносно до населення країн, %

Джерело: складено автором за даними [9].

Нами проаналізовано тенденції розвитку електронної торгівлі на прикладі е-ринку Великобританії, Швейцарії та Норвегії, зокрема, обчислено темп приросту обсягу продажів е-торгівлі відносно попереднього року та ступінь поширення користування мережею Інтернет серед населення досліджуваних країн. Для цього було використано дані опублікованих звітів Управління національної статистики Великобританії (Office for National Statistics), швейцарської асоціації роздрібних торговців Handelsverband.swiss та компанії-лідера у сфері електронної комерції 2checkout (Verifone) за період 2013-2019 рр.

У 2018 році Норвегія, Великобританія та Швейцарія мали найбільші темпи розвитку обсягу продажів е-торгівлі за досліджуваній період часу (рис. 1). Загалом, країни мають стабільний приріст, що свідчить про зрілість їхніх ринків е-торгівлі.

За останні роки в Україні теж склалися передумови для розвитку електронної торгівлі. Із прийняттям Закону України від 03.09.2015 «Про електронну комерцію» багато питань, пов'язаних із цією діяльністю, були вирішені [33]. Після підписання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, Україні варто працювати над змінами, які відбуваються в Європейському Союзі, адже, як видно з рис. 2, навіть за часткою користувачів мережею Інтернет, найбільш популярним засобом для здійснення е-торгівлі, відносно до всього населення країни Україна займає ледь не останню позицію.

**Висновки та рекомендації.** Проведене нами дослідження дозволяє зробити такі висновки: ринок електронної торгівлі трьох розглянутих країн – Великобританії, Швейцарії та Норвегії – стабільно зростає. Розглянувши стан е-торгівлі в цих державах, ми стверджуємо, що задля активного розвитку електронної торгівлі в Україні необхідна допомога держави: удосконалення чинного законодавства, зокрема положень щодо електронної торгівлі, та підпорядкувати їх під вже існуючі норми європейського ринку, які на практиці показують чудові результати: Швейцарія у 2020 році посіла перше місце в щорічному індексі електронної торгівлі ЮНКТАД [10], який оцінює країни за їхньою готовністю займатися електронною комерцією. Норвегія та Великобританія в десятці найкращих даного списку.

*Список використаних джерел:*

1. Новицький А., Позняков С. Сутність та зміст поняття «електронна торгівля» // *Правова інформатика*. 2007. № 1(13).
2. Міщенко В.І., Шаповалов А.В., Юрчук Г.В. Електронний бізнес на ринку фінансових послуг: Практик. посіб. – К.: "Знання", КОО, 2003. – 278 с.
3. Шалева О. І. Електронна комерція / О. І. Шалева Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 216 с.
4. Шишка О.Р. Співвідношення понять «електронна комерція» та «електронна торгівля». Вісник Запорізького національного університету. 2011. № 2.
5. Тедеєв А.А. Электронная коммерция (электронная экономическая деятельность): правовое регулирование и налогообложение / А.А. Тедеєв. – М.: Приор, 2002. – 355 с.
6. Internet access - households and individuals: 95% confidence intervals // Office for National Statistics. [Електронний ресурс] – URL: <https://www.ons.gov.uk/file?uri=%2fpeoplepopulationandcommunity%2fhouseholdcharacteristics%2fhomeinternetandsocialmediausage%2fdatasets%2finternetaccesshouseholdsandindividuals95confidenceintervals%2f2020/internetaccessconfidenceintervals2020final.xls>
7. eCommerce in Norway. [Електронний ресурс] – URL: [https://www.2checkout.com/resources/en/landing\\_pages/Country\\_Guide\\_Norway.pdf](https://www.2checkout.com/resources/en/landing_pages/Country_Guide_Norway.pdf)
8. Darius Zumstein. Erkenntnisse zum E-Commerce-Boom in der Schweiz und Österreich. Onlinehändlerbefragung. 2021.
9. Individuals using the Internet (% of population). [Електронний ресурс] – URL: <https://api.worldbank.org/v2/en/indicator/IT.NET.USER.ZS?downloadformat=excel>
10. Покупки через Інтернет здійснюють 87% британців і лише три відсотки мешканців Індії // mind. URL: <https://mind.ua/news/amp/20222325-v-britaniyi-87-pokupok-zdijsnyuyutsya-cherez-internet-v-indiyi-lishe-3>

**Anastasiia Ostrovlianchyk**

*Ivan Franko National University of Lviv*

**THE E-TRADE DEVELOPMENT: CASE STUDY FOR NORWAY, SWITZERLAND AND THE UK**

With help of modern technologies the e-trade grows in a faster temp than ever before. However, it influences countries' economy and their places in the world market. Analysing e-trade in the UK, Norway and Switzerland and comparing their cases to Ukrainian e-trade gives us better understanding in what way our country should work.

*Keywords:* e-trade, e-commerce, Internet.

**Ярослав Дропа, Марія Піхоцька**

*Львівський національний університет імені Івана Франка  
hrytsyshyn.mariia@gmail.com*

## **ДІЄВІСТЬ ДЕРЖАВНОГО ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

В умовах утвердження євроінтеграційного курсу у державі виникає потреба у реформуванні економіки та модернізації державного фінансового контролю у відповідності до сучасних викликів.

Сьогодні фінансовий контроль стає важливим елементом системи державного контролю в умовах відновлення економіки та забезпечує перевірку законності, доцільності й ефективності формування, розподілу та використання грошових фондів і потоків, підпорядкованих державі. Це дає можливість чітко оцінювати дієвість економічної політики та її довготермінові результати, здійснювати необхідні коригування, встановлювати перспективні цілі соціально-економічного розвитку. Досвід розвинених країн світу свідчить, що фінансовий контроль стає одним із найбільш дієвих інструментів регулювання ринкової економіки.

Фінансовий контроль сприяє дотриманню принципу законності у сфері фінансової звітності, оскільки за його допомогою викриваються різного роду порушення фінансової дисципліни, тобто він є важливим засобом забезпечення законності фінансової діяльності. Основним завданням державного фінансового контролю є перевірка дотримання законодавства з фінансових питань, своєчасності й повноти надходження коштів у відповідні фонди, попередження правопорушень у фінансовій сфері тощо.

Вагомий внесок у розвиток теорії і практики організації державного фінансового контролю за діяльністю суб'єктів економіки України зробили такі вітчизняні науковці: Н. П. Владімірова [1], Н. Г. Здирко [2], Д. В. Калінкін [3], М. О. Кужелев [4], Я. І. Мулик [2], В. Ф. Піхоцький [5], В. М. Прасюк [6], Є. М. Романів [7], І. Є. Труш [8], А. В. Хомутенко [9], В. В. Шевченко [10], І. О. Шевченко [10], Н. В. Шевченко [10], О. А. Шевчук [11] та ін. Серед найважливіших проблем сучасного економічного розвитку України особливе місце займають питання підвищення ефективності використання державних ресурсів, а разом з тим – і піднесення суспільного добробуту. Одним із шляхів розв'язання цієї проблеми є удосконалення інституту державного фінансового контролю (ДФК) в країні.

Проведені останніми роками дослідження свідчать, що на сьогодні існують наступні негативні тенденції в функціонуванні системи фінансового контролю в Україні: недосконалість нормативної бази, роз'єднаність і невпорядкованість дій контрольних органів, відсутність єдиного погодженого плану заходів щодо фінансового контролю як за надходженням податкових і неподаткових платежів у бюджетну систему, так і за цільовим та ефективним використанням бюджетних коштів, що підкреслює актуальність теми дослідження.

Серед найважливіших проблем сучасного економічного розвитку України особливе місце займають питання підвищення ефективності використання державних ресурсів, а разом з тим – і піднесення суспільного добробуту. Одним із шляхів розв'язання цієї проблеми є удосконалення інституту державного фінансового контролю (ДФК) в країні.

Ще одним із основних чинників попередження ситуацій неконтрольованості є запровадження координації фінансового контролю, на що неодноразово наголошували відомі фахівці з цієї галузі. Водночас потребує посилення розвиток державного відомого контролю підприємств державного сектору економіки, а також важливим є відновлення функцій внутрішнього контролю, організація якого покладена зараз на керівника підприємства.

Сьогодні існує значна кількість контрольних органів, розбіжності між якими не очевидні. Унаслідок цього в деяких сферах державного життя об'єкти контролю різних контрольних органів дублюються. Така ситуація притаманна, наприклад, бюджетному контролю, спеціалізованому адміністративному контролю (нагляду). Окрім цього унаслідок відсутності єдиної лінії є не лише різноманітність моделей побудови контрольних органів. Значно більшою проблемою є відсутність взаємної узгодженості цих органів у їх компетенції, методиках і результатах. Утім, "ефективність системи органів державного фінансового контролю забезпечується на основі чіткого визначення їх функцій, розмежування повноважень, координації їхньої діяльності та видів відповідальності".

Аналіз виявлених порушень у використанні бюджетних коштів свідчить, що останніми роками аналітична складова у проведенні контрольних заходів, тобто запровадження у практику елементів аудиту ефективності використання коштів державного бюджету та державних позабюджетних фондів, оцінки ефективності управлінських рішень Уряду, міністерств, інших центральних органів виконавчої влади, установ, організацій та підприємств, що перевірялися, набула стабільного характеру.

На нашу думку, заслуговує на увагу ще один аспект фінансового контролю – розуміння його ролі в активізації й об'єднанні зусиль щодо розвитку управлінського персоналу. Як відомо, управління як категорія включає дві взаємопов'язані й водночас самостійні складові: ідеологію управління, яка відображає мету, до якої прагне структура, що управляє, та організаційно-регульовальну складову, що визначає технологію досягнення цієї мети. Важливим елементом другої складової є наявність дієвого механізму прямих і зворотних зв'язків, який дає змогу постійно відстежувати процеси державного управління, ступінь відповідності рішень, що приймаються, поставленим цілям та оцінювати їх результативність і ефективність.

Належний рівень фінансового контролю дає змогу досягти цього, адже він і є важливим чинником забезпечення ефективності управління через посилення контролю. Головне при цьому з'ясувати, яким чином пов'язати зростання рівня колегіальності в роботі контролюючих структур і забезпечення більшої самостійності у прийнятті рішень, а отже й персональної відповідальності за їх реалізацію.

Внаслідок економічних реформ в державі відбувається фінансова децентралізація економіки, яка призвела до погіршення державного контролю над багатьма економічними процесами, зокрема використанням фінансових ресурсів. Зарубіжною практикою доведено: децентралізація дає позитивний результат лише в тому разі, якщо вона супроводжується посиленням державного контролю над процесами в бюджетно-фінансовій сфері. Саме тому і потрібно проаналізувати як світову, так і вітчизняну практику здійснення фінансового контролю в контексті трансформаційних процесів в управлінні економікою України.

Як показала практика, зростання економічних злочинів у конкретних сферах свідчить про слабкість у них фінансового контролю. Починаючи з 2000 року кількість виявлених злочинів зростає в галузі зовнішньоекономічної діяльності, у кредитно-фінансовій сфері, на ринку товарів і послуг, на банківському й валютному ринках, крім того, почастишали випадки хабарництва, комерційного підкупу. Відповідно, актуальність посилення фінансового контролю зумовлюється також необхідністю протистояти негативним явищам у економічній сфері. Це зумовлюється також тим, що вітчизняна економіка розвивається в умовах постійного дефіциту фінансових ресурсів, зростання державного боргу, тож ефективне управління використанням останніх не можливе без відповідного контролю.

У нашій країні здійснення фінансового контролю ускладнене також через численність як державних, так і недержавних контролюючих структур та слабку узгодженість між ними. Крім того, при перерозподілі фінансових ресурсів, величезні кошти прямують у дотаційні регіони як через бюджет, так і через позабюджетні фонди, що потребує відповідного контролю.

На практиці слабкою стороною діяльності контролюючих органів є відсутність чіткої методологічної бази здійснення перевірок. Зокрема, найчастіше застосовується ревізія. Втім, цей метод дає змогу виявити кошти, використані не за призначенням, повернути які до місцевого бюджету практично не завжди можливо. А застосування різних форм попереднього контролю дає змогу не тільки констатувати негативні явища, а й попередити їх виникнення. Отже, попередній контроль виконує важливу профілактичну функцію.

Фінансовий контроль, як засіб запобігання злочинності, не можна підносити як "відкриття" сьогодення. У окремі історичні періоди йому приділялася певна увага, однак без нього не існували і не існують жодна держава, жодна суспільна система.

І сьогодні, практична дієвість фінансового контролю, як засобу запобігання злочинності, набуває розвитку, потребує принципово нового організаційного та правового забезпечення і переорієнтації на кримінологічну спрямованість. Головними напрямками загальнодержавної політики у боротьбі з організованими злочинними групами мають бути не тільки встановлення контролю, їх локалізація, нейтралізація та ліквідація, а й усунення причин і фінансових умов відтворення організованої злочинної діяльності як такої.

Відповідно, ефективність оперативно-розшукової роботи з метою виявлення правопорушень і злочинів у фінансовій та банківській сфері має залежати: від виявлення недоліків та похибок організації й проведення фінансового контролю; від результатів аналізу і ретельного дослідження фінансових умов поширення в Україні організованої злочинної діяльності; від розроблення і вдосконалення нових методів боротьби з відмиванням грошей та інших доходів, одержаних злочинним шляхом, насамперед засобами фінансового контролю.

Досвід країн, в яких зростає економічний потенціал і відбувається розвиток фінансових центрів, проте відсутній адекватний контроль, засвідчує, що неконтрольований процес відмивання грошей може мати для суспільства серйозні соціальні й політичні наслідки, зокрема:

- організована злочинність проникає у владні структури та управлінські ланки, беручи під власний контроль діяльність органів держави влади та управління;
- організовані злочинні групи впливають на прийняття державних економічних та політичних рішень, лобіюють свої інтереси у вузько корисних цілях;
- організована злочинна діяльність набуває імунітету переслідування і покарання.

У цьому зв'язку проблема переборювання криміналізації фінансових відносин стає однією з ключових. І, як наслідок, система фінансового контролю повинна:

- бути мобільною, тобто оперативно, адекватно та професійно реагувати на будь-які зміни в економіці та законодавстві;
- максимально повно забезпечувати здійснення попереднього, поточного і наступного контролю.

При цьому, особливу увагу необхідно приділити саме першому, оскільки попередження дасть змогу уникнути небажаних наслідків у майбутньому. Окрім цього, кожному органу системи необхідно визначити своє місце, що дасть реальну можливість цілеспрямовано впливати на фінансову політику держави.

#### *Список використаних джерел:*

1. Владімірова Н. П. Напрями реформування державного фінансового контролю задля забезпечення фінансової безпеки суб'єктів господарювання // Інвестиції: практика та досвід. 2016. №16. С. 46 – 52.
2. Зdirko Н. Г., Мулик Я. І. Державний фінансовий контроль в системі забезпечення економічної безпеки держави // Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики: зб. нах. пр. ВНАУ. 2019. №7. С. 112 – 122.
3. Калінкін Д. В. Внутрішній аудит бюджетних установ в умовах реформування системи державного фінансового контролю. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук. URL: [http://www.hneu.edu.ua/web/public/moved/hneu/NAUKA/Vchenna\\_rada/2016/Kalinkin\\_D.V.\\_Disertacia.pdf](http://www.hneu.edu.ua/web/public/moved/hneu/NAUKA/Vchenna_rada/2016/Kalinkin_D.V._Disertacia.pdf) (дата звернення: 03.06.2021 р.).
4. Кужелев М. О. Державний фінансовий контроль в Україні в умовах децентралізації: регіональний аспект // Збірник наукових праць Університету ДФС України. 2019. №2. 129 – 140.
5. Піхоцький В. Ф. Система державного фінансового контролю в Україні: концептуальні засади теорії та практики. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук. URL: [http://www.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/12/dis\\_pihotskyi.pdf](http://www.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/12/dis_pihotskyi.pdf) (дата звернення: 03.06.2021 р.).
6. Прасюк В. М. Принципи державного фінансового контролю: загальна характеристика // Прикарпатський юридичний вісник. 2019. Вип. 4(29), Том 2. С. 155 – 160.
7. Романів Є. М., Долбнєва Д. В. Необхідність та напрями удосконалення системи державного фінансового контролю в Україні як вимога сьогодення // Scientific Journal "ScienceRise". 2016. №2/1(19). С. 35 – 38.
8. Труш І. Є. Державний фінансовий контроль в умовах економічних трансформацій // Причорноморські економічні студії. 2017. Вип. 14. С. 141 – 144.
9. Хомутенко А. В. Державний контроль ефективності управління державними фінансами України // Економіка та держава. 2020. №2. С. 48 – 56.
10. Шевченко І. О., Шевченко Н. В. Реформування системи державного фінансового контролю в умовах євроінтеграції // Науково-практ. економ. журнал "Економічні студії". 2019. № 1(23). С. 97 – 101.
11. Шевчук О. А. Державний фінансовий контроль в Україні : теорія, методологія, практика: автореферат дис. доктора екон. наук: спец. 08.00.08 Гроші, фінанси і кредит. Київ. ун-т банківської справи Нац. банку України, 2014. 44 с.

**Dropa Yaroslav, Mariia Pikhotska**  
*Ivan Franko National University of Lviv*  
*hrytsyshyn.mariia@gmail.com*

#### EFFICIENCY OF STATE FINANCIAL CONTROL IN THE CONDITIONS OF THE MARKET ECONOMY OF UKRAINE

*Annotation.* The these reveals the essence of state financial control over the activities of budgetary institutions, defines its purpose and objectives at the macro and microeconomic level, presents the bodies conducting external and internal state financial control, analyzes the results of the Accounting Chamber of Ukraine on financial control, outlines the main directions reforming public financial control in the context of strengthening European integration processes.

Aspects of the importance and role of public financial control in the system of market relations, the need for its systematic development and improvement of its organization and the definition of effective methods of operation in the future are considered.

It is argued that today the system of financial control practically does not perform a preventive function, and mostly states violations. Therefore, it is necessary to create a more integrated, structured system of general financial control in a single information space of public finance management system with mechanisms of interaction, justification of its development strategy, improvement of forms and methods of control actions, increase their efficiency and effectiveness.

The need to clarify the conceptual basis for the formation and development of financial control, its organization, understanding of how its bodies function, the development of new methodologies and experience in the implementation of control measures. It is stated that the transformational model of financial control requires the introduction of qualitatively new management at the present stage of development of Ukraine's economy, which is increasingly acquiring the properties of mixed.

It is proved that in practice the weakness of the activity of controlling bodies is the lack of a clear methodological basis for conducting inspections, as the most frequently used audit, which does not allow to identify funds used for other purposes. It is proposed to each body of the system of state financial control to outline the sphere of influence, which will give a real opportunity to purposefully influence the financial policy of the state.

*Keywords:* state financial control, audit, audit, audit, Accounting Chamber, controlling bodies, financial violations, budget funds.



Марія-Вікторія Павлисько

Львівський національний університет імені Івана Франка  
victoria18229@gmail.com

## ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МОДНИХ БРЕНДІВ В ІНДУСТРІЇ ВІДЕОІГОР

В сучасному світі люди живуть в «економіці уваги», оскільки сьогодні вони мають доступ до безмежної кількості інформації, і саме тому, увага стає найціннішим ресурсом цифрової доби [1]. Завдяки інструментам вимірювання, які зараз доступні, модні бренди намагаються не лише показати свої повідомлення якомога більшої частині аудиторії, а й зробити так, щоб вона справді ними зацікавилась.

Інформація про те, що світовий ринок відеоігор більший, ніж музичний та кіноіндустрії разом узяті, дивує тих, хто не знайомий з цією індустрією. Незважаючи на те, що оцінки вартості ігрової галузі різняться, дослідники беруть до уваги прямі доходи, а це близько 180-200 млрд дол. США у 2021 році. Для порівняння, світова індустрія розваг (кіно, телебачення, телешоу) лише у 2019 році вперше перевищила 100 млрд дол. США, а музична – 20 млрд дол. США. Дані цифри дають нам змогу зрозуміти, наскільки успішними стали сучасні виробники відеоігор за останні 50 років їх існування [3].

Популярність відеоігор зростає у всьому світі серед людей різної статі, віку та національності. Зростає кількість жінок-геймерів, яка у 2022 році становить 46% від загальної ігрової аудиторії та кількість гравців серед людей похилого віку у 2020 році збільшилася більше ніж на 30% [8]. І тому, для досягнення конкурентних переваг на ринку, модні бренди створюють унікальні колаборації не лише з іншими виробниками одягу, знаменитостями, чи художниками, а й з виробниками відеоігор. До прикладу, компанія Seiko разом із «Pokemon» у 2020 та 2021 роках представила дві обмежені колекції годинників для дітей та дорослих із зображеннями покемонів на циферблатах та зворотних сторонах [6].

Співпрацювати у цій індустрії модним брендам можна не лише з компаніями відеоігор, а й з відомими кіберспортсменами за якими слідкує велика аудиторія, яка у 2020 році налічувала близько 300 млн людей, а до 2024 року – зросте до 519 млн [7], і готова витрачати власні кошти на товари, які рекламуються або створюються у колабораціях з їхніми улюбленими гравцями. Тому, модні бренди запрошують спортсменів на свої покази та укладають багаторічні партнерства.

У 2020 році споживачі відеоігор витратили близько 54 млрд дол. США на додатковий ігровий контент та за прогнозами до 2025 року вони перевищать 74 млрд дол. США на світовому ринку. Згідно з дослідженням компанії Newzoo, яка займається аналізом ігрового ринку, у 2021 році майже половина опитаних геймерів заявили, що вони не задоволені наявними пропозиціями «скінів» (різновидами предметів, які користувачі можуть придбати у відеоіграх, щоб змінити зовнішність персонажа), 68% – зацікавлені у покупці брендів, а 79% – вже активно їх використовує, щоб показати, як вони одягаються в реальному житті, свій характер, ідентичність, унікальність, або ж створити альтернативну версію себе у цифровому світі [8].

Однією з причин, чому модні бренди виявляють інтерес до даної сфери, є те, що відеоігри здатні забезпечити дохід [3] від продажу цифрових та phygital-продуктів (товарів, які існують одночасно і в реальному та в ігровому світі) і дають змогу проникнути у віртуальний світ, де гравці проводять в середньому 7 годин на тиждень [5]. До прикладу, Louis Vuitton, який у 2019 році почав співпрацю з виробником відеоігор – Bilibili, для підвищення впізнаваності та лояльності до бренду в довгостроковій перспективі. Ця стратегія орієнтована на гравців, які в даний момент часу не можуть дозволити купівлю товарів розкоші, але в майбутньому стануть заможними споживачами. Граючи у відеоігру League of Legends, люди мають можливість вже сьогодні купувати різноманітні брендові предмети Louis Vuitton для своїх персонажів [9].

І останнє, про що варто згадати – це реклама (продакт-плейсмент) у відеоіграх, тобто інтеграція реклами у відеоігри для просування компанії, товарів чи певних поглядів. Існує 2 основні форми реклами: реклама в відеоіграх (in-game advertising), яка показується користувачу під час її проходження та рекламні ігри (advergames), які створюються з метою рекламування бренду або окремих його товарів. Обидві форми реклами можуть бути статичними та динамічними. Статична реклама може створюватися від одного місяця до декількох років і не вимагає доступу до інтернету, оскільки в майбутньому її неможливо змінити. Динамічна реклама застосовується в онлайн-іграх, де програмісти можуть змінювати її в будь-який час та налаштовувати відповідно до вподобань гравців (періодичні оновлення рекламних вивісок, одягу, косметики, персонажів тощо) [2]. До прикладу, компанія Burberry у 2021 році створила рекламну відеоігру «B Bounce», яка була доступна на офіційному вебсайті та у фламанських магазинах модного бренду. Перед початком гри, споживачі обирали для персонажа один із трьох пуховиків, в якому вони будуть грати, щоб дістатися до Місяця та зібрати логотипи, де головним призом була куртка з нової колекції, вартістю більше 1 тис. фунтів стерлінгів [4].

Підсумовуючи, можна зазначити, що завдяки інтерактивному характеру відеоігор, аудиторія дуже зацікавлена контентом, який вона споживає. Це означає, що на відміну від інших джерел інформації, таких як телебачення, радіо чи друковані видання, які зазвичай споживаються під час виконання інших завдань, відеоігри є унікальним явищем, якому користувачі приділяють всю свою увагу. Тому, модним брендам, які вирішують вийти на даний ринок буде набагато простіше боротися за увагу майбутніх споживачів.

### Список використаних джерел:

1. Сабініч А. Що таке економіка уваги і як це працює. Tokar.ua, 04.08.2021 URL: <https://tokar.ua/read/46697> (дата звернення: 11.05.2022)
2. Advertising in video games // Wikipedia: the free encyclopedia. URL: [https://en.m.wikipedia.org/wiki/Advertising\\_in\\_video\\_games](https://en.m.wikipedia.org/wiki/Advertising_in_video_games) (дата звернення: 11.05.2022)
3. Bain M. How to Seize Fashion's Gaming Opportunity — Download the Case Study. The Business of Fashion, 30.11.2021. URL: <https://www.businessoffashion.com/case-studies/marketing-pr/fashion-technology-gaming-vans-balenciaga-benefit/> (дата звернення: 11.05.2022)
4. Hughes H. Burberry launches first online game, 'B Bounce'. FashionUnited, 22.10.2019. URL: <https://fashionunited.uk/news/fashion/burberry-launches-first-online-game-b-bounce/2019102245868> (дата звернення 11.05.2022)
5. McDonald C. Gaming & Fashion: Two aspirational worlds of experiences combine. University of Fashion, 10.10.2021. URL: <https://www.universityoffashion.com/blog/gaming-fashion-two-aspirational-worlds-of-experiences-combine/> (дата звернення: 11.05.2022)
6. Reyes J. Luxury brand video game collabs that you didn't know existed. Looper, 23.08.2021. URL: <https://www.looper.com/484965/luxury-brand-video-game-collabs-that-you-didnt-know-existed/> (дата звернення: 12.05.2022)
7. Sinclair B. Worldwide esports viewership will grow to 519 million by 2024 - Report. GamesIndustry, 06.10.2022. URL: <https://www.gamesindustry.biz/articles/2021-10-06-worldwide-esports-viewership-will-grow-to-519-million-by-2024-report> (дата звернення: 12.05.2022)
8. Souza J. Skin invaders. How the new gamers generation is driving fashion into gaming, 06.09.2022. URL: <https://www.skinvaders.io/blog/how-the-new-gamer-generation-is-driving-fashion-into-gaming> (дата звернення: 12.05.2022)
9. Tindall R. From Cartier to Gucci: 5 luxury brands that nailed their China marketing. China-Britain Business Council, 21.05.2021. URL: <https://www.cbbc.org/news-insights/cartier-gucci-5-luxury-brands-nailed-their-china-marketing> (дата звернення 12.05.2022)

**Pavlysko Mariia-Viktoriia**

*Ivan Franko National University of Lviv*

*victoria18229@gmail.com*

DEVELOPMENT TRENDS OF FASHION BRANDS IN THE VIDEOGAME INDUSTRY

In this article we have analyzed the video game industry, and found out the reasons for its growth. We have identified which marketing activities are used by fashion brands to achieve competitive advantage in the market, raise awareness and provide additional income.

*Keywords:* fashion brands, advertising, product placement, in-game advertising, advergaming, collaboration, videogame industry

**Ірина Павлюк**

*Львівський національний університет імені Івана Франка  
irana.pavliuk@gmail.com*

## **ОЦІНКА ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**

Сьогодні туристичний бізнес сприймається як одне із найяскравіших явищ сучасного світу, що справді пронизує кожен сферу нашого життя і змінює суспільство навколо нас. Потреба сучасної людини у відпочинку є надзвичайно великою й саме через це розвивається активний попит на туризм. Ця індустрія являється однією з найбільших прибуткових і динамічних галузей економіки, тому аналіз сучасного стану туристичного ринку, його перспектив розвитку є надзвичайно актуальним.

Туристичний бізнес являє собою складну систему із різноманітними економічними зв'язками. Ця система поєднує величезну кількість галузей, у яких функції полягають у задоволенні попиту споживачів на товари й послуги у сфері туризму. Надзвичайний ажіотаж туризму спричинений тим, що в його основі лежить задоволення прагнень людства пізнати світ. Це бажання пізнання через туризм стало причиною підвищення рівня життя населення в багатьох країнах, розвитку інформаційних технологій, транспорту та глобалізації в цілому.

Закон України «Про туризм» визначає туризм як тимчасовий виїзд людини з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає. [1, стаття 1].

Туристичний бізнес належить до підприємництва сфери надання послуг споживачам. Його правові основи та організаційні форми створюють "правила гри" та правовий фундамент бізнесу, для того щоб забезпечити можливості розвитку на законній основі. [4] Суть правового регулювання полягає в задоволенні зацікавленості суб'єктів права й реалізовується за допомогою правових засобів, які забезпечують його ефективність.

Успішний розвиток туризму в державі надає широкі можливості для забезпечення зайнятості населення за рахунок створення нових робочих місць. Завдяки туризму розвиваються місцеві об'єкти та інфраструктура, впроваджуються культурні та історичні традиції. Він сприяє покращенню збалансованості економіки, будучи потужним об'єднувачим фактором щодо досягнення взаєморозуміння між різними мовними та релігійними групами, укріплення національної єдності та культурної інтеграції.

Проаналізувавши опубліковані дані Державної служби статистики України можна зробити висновок, що туристична індустрія в нашій державі розвивається досить стрімко, проте останні роки сильно вдарили по цій галузі економіки. З цих даних ми можемо побачити кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами у тому числі в'їзних (іноземних), виїзних та внутрішніх туристів починаючи з 2000-ого року і включно до 2020 року. З 2014 року дані представлені без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

Для того, щоб оцінити напрямки та інтенсивність змін туристичного бізнесу визначають систему абсолютних і відносних показників. Середнє значення відносної величини динаміки щодо кількості обслуговуваних турагентами та туроператорами туристів становить 1,07, що вказує на помірний ріст показника у обстежуваному періоді. Одним із важливих показників є також темп приросту, який показує у скільки разів змінився поточний рівень показника, що аналізується порівняно з рівнем попереднього, або базового періоду. Після аналізу, можна зрозуміти, що ця величина не є стабільною, проте можна зафіксувати закономірність, яка показує, що від 2016 до 2019 рр. було постійне зростання, а середнє значення дорівнювало – 35,92%, проте у 2020 році всі показники різко впали і в середньому дорівнювали – -66,62%. Це свідчить про серйозний вплив COVID – 19 на туристичний бізнес в Україні.

Для того щоб проаналізувати взаємозв'язки в оцінці туристичного бізнесу порівняємо дані валового внутрішнього продукту та кількості реалізованих туристичних пакетів за областями України. Оскільки коефіцієнт детермінації високий, то є імовірність, що існує тісний істотний зв'язок між ВВП та кількістю реалізованих туристичних пакетів. З отриманих даних, ми бачимо значення істотності F значно менша за загальноприйняте значення рівня істотності 0.05, тому використання надбудови аналізу даних пп Excel дає нам можливість відхилити нульову гіпотезу про відсутність залежності. Тому з імовірністю 95% можемо стверджувати, що кількість реалізованих туристичних пакетів на 85% зумовлена впливом валового регіонального продукту.

Як підсумок, можемо сказати, що на сьогодні, туризм є однією з найбільш значущих галузей світової економіки. Туризм сприяє зростанню надходжень до бюджетів різного рівня, збільшенню кількості робочих місць, залученню внутрішніх і зовнішніх інвестицій. В результаті проведеного аналізу проблем туристичної сфери України, можна зробити висновок, що сьогодні для розвитку цієї галузі необхідно створити умови для регулювання цієї сфери, раціонально використовувати туристично-рекреаційний потенціал регіонів, активізувати та удосконалити маркетингове та рекламно-інформаційне забезпечення на регіональному, державному та міжнародному рівнях.

*Список використаних джерел:*

1. Про туризм : Закон України від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР : станом на 16 жовт. 2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95>
2. Підгородний А., Милашко О. Статистика туризму : навч. посіб. Одеса : ОНЕУ, 2014. 204 с
3. Мальська М., Худо В. Туристичний бізнес : підручник. Центр навч. літ., 2019. 368 с.
4. Селецький С. Правове регулювання туризму в Україні Правове регулювання туризму в Україні : навч. посіб. Центр навч. літ., 2012. 186 с.

**Iryna Pavliuk**

*The Ivan Franko National University of Lviv  
EVALUATION OF TOURISM BUSINESS IN UKRAINE*

Tourism is a dynamic and competitive industry that requires the ability to adapt constantly to customers' changing needs and desires, as the customer's satisfaction, safety and enjoyment are particularly the focus of tourism businesses. The article considers issues related to the provision of tourist services in the field of business. The analysis of the tourism industry in Ukraine was carried out - the general dynamics of development was assessed, the interrelations of the tourism business were studied and the main trends in the activity of this branch of the economy were assessed. The sphere of tourism business opens new opportunities and challenges related to the foreign economic activity of Ukraine and the further development of our economy in general.

*Keywords:* tourism, entrepreneurship, demand, economic branch, employment, state regulation.

Олександр Пашенко

Львівський національний університет імені Івана Франка

Sasha4042003@gmail.com

## ДО ПИТАННЯ ЕКОНОМІКО-ПРАВОВОЇ ОЦІНКИ ЗАЙНЯТОСТІ В УКРАЇНІ

Ринкова економіка існує, як єдність багатьох ринків: капіталу, землі, житла, послуг, товарів, робочої сили тощо. Серед яких найбільш складним елементом є ринок праці. Це невід'ємна складова економічного устрою будь-якої країни, а також основа економічних процесів та економіки в загальному. Зайнятість виступає важливою складовою ринку, що і відображає необхідність у визначенні та економіко-правовій оцінці.

Зайнятість в Україні регулюється багатьма законодавчими актами, головними із яких є Конституція України та Закон «Про зайнятість населення». Він визначає правові, економічні та організаційні засади реалізації державної політики у сфері зайнятість населення, гарантії держави щодо захисту прав громадян на працю та реалізації їхніх прав на соціальний захист від безробіття[1]. До інших нормативно-правових актів які регулюють сферу зайнятість відносять Кодекс законів про працю України, Закони України «Про зайнятість населення», «Про охорону праці», «Про оплату праці», «Про колективні договори та угоди» та інші, а також міжнародні договори України прийняті відповідно до Конституції України.

Поняття «зайнятість» трактується інституціями, які займаються дослідженнями ринку праці, по-різному. Для прикладу, Державна служба статистики описує зайнятість, як «економічну діяльність громадян, пов'язана із задоволенням особистих та суспільних потреб і, як правило, приносить їм дохід у грошовій або іншій формі та характеризується кількістю працюючих осіб[2]». А згідно національного законодавства зайнятість - «не заборонена законодавством діяльність осіб, пов'язана із задоволенням їх особистих та суспільних потреб з метою одержання доходу (заробітної плати) у грошовій або іншій формі, а також діяльність членів однієї сім'ї, які здійснюють господарську діяльність або працюють у суб'єктів господарювання, заснованих на їх власності, у тому числі безоплатно[1]».

Економічну оцінку зайнятість здійснюють у рамках моніторингу ринку праці. Статистичне дослідження цього ринку в Україні на регулярній основі проводять органи державної статистики з 1995 р. У 1995-1998 рр. обстеження здійснювалося раз на рік, 1999-2003 рр. – щоквартально, а з січня 2004 р. впроваджено в практику роботи органів державної статистики зі щомісячною періодичністю[3]. Державна служба статистики здійснює економічну оцінку зайнятість на основі вибіркового обстежень домогосподарств та звітності підприємств.

В Україні і загальна чисельність населення, і чисельність робочої сили протягом останніх десятиріч поступово скорочується. Варто зазначити, що процес скорочення робочої сили почався до окупації Росією АР Криму й частини Донецької та Луганської областей (близько 2000 року). За результатами обстеження кількість робочої сили у віці 15–70 років у 2021 році в Україні становила 17,2 млн. осіб, з яких 15,6 млн. осіб, або 90,1% були зайняті економічною діяльністю.

Одним із основних показників в оцінці зайнятість є рівень зайнятість. Для населення віком 15-70 років протягом 2010-2021 років він у середньому становив 65,7%. За 11 років падіння становило 3,1 в.п. (3,57 млн осіб). У 2020 році падіння посилювалося у наслідок пандемії COVID-19. На додачу до цього негативного чинника у 2022 році додався ще один – повномасштабне вторгнення Росії, однак через те, що воно досі триває, важко дати оцінку впливу його на зайнятість.

Також Державна служба статистики оцінює зайнятість у розрізі статі, віку та за типом місцевості.

За типом місцевості виділяють зайнятість у сільській та міській місцевості. Для порівняння, у 2010 році рівень зайнятість у першій був вищим (67,4% проти 64,9%), однак за 11 років дії урбанізаційних процесів суттєво ситуація змінилася. На це вказує уже більш значна відмінність між рівнями зайнятість у сільській та міській місцевостях, 62% і 66,8% відповідно. Кількість зайнятих чоловіків є на 796,8 тис. осіб більше, ніж жінок, хоча у наявному населенні України переважають жінки. Отож за статевою структурою рівень зайнятість чоловіків є вищим – 61,5% проти 50,4% у жінок. За віковими групами у 2021 році населення віком 25-59 років має рівень зайнятість 72,9% у середньому, при цьому віком 25-29 років – 70,4 %, що є нижчим за середнє.

У структурі системи зайнятість виділяють поняття самозайнятість, до якої відносять «осіб, які, на відміну від найманих працівників, самостійно здійснюють свою трудову діяльність на базі організації та ведення господарської діяльності фізичної або юридичної особи, відповідають за результативність та ефективність цієї діяльності, а також за виконання зобов'язань по відношенню до інших осіб, зокрема щодо виконання умов трудових договорів з найманими працівниками тощо[4]».

Сфера самозайнятість існує у вигляді формального, неформального і нелегального секторів. Кількість неформально зайнятого населення в Україні у 2021 р. становила 3018,4 тис. осіб, або 19,34% від загальної кількості зайнятого населення. Порівняно з 2020 р. кількість неформально зайнятого населення у 2021 році зменшилася на 219,4 тис. осіб. Найбільша неформальна зайнятість притаманна особам, що працюють не за наймом, тобто серед самозайнятих – 67,9% від загальної кількості населення цього статусу. А от серед тих, хто працює за наймом – 10%. При цьому частка неформальної зайнятість була більшою серед чоловіків, ніж серед жінок (22,3% проти 16,5%), та в сільській місцевості порівняно з міською (35,9% проти 12,1%).

Зауважимо, що самозайнятість потребує додаткової і ретельнішої економіко-правової оцінки.

Отже, як було зазначено, ринок праці є найбільш складним елементом усієї системи ринкової економіки. Для того, щоб оцінити його, необхідно здійснювати економіко-правову оцінку зайнятість, яка є основною складовою ринку праці. Ця оцінка полягає у визначенні необхідних нормативно-правових актів, що регулюють зайнятість та у здійсненні економічної оцінки, переважно через статистичні дослідження. Визначення усіх необхідних категорій дає комплексне уявлення про функціонування ринку праці в Україні та вказує на поточні проблеми, які існують та потребують вирішення.

*Список використаних джерел:*

1. Закон України від 05.07.2012 "Про зайнятість населення" № 5067-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5067-17#Text>
2. Статистичний словник / За ред. О.Г. Осауленка, О.О. Васечко, В.І. Колесник, І.Г. Манцурова, С.О. Матковського, В.С. Михайлова, М.В. Пугачової. – К.: ДП "Статаналітінформ", 2009. – 562 с.
3. Черкасов А.В., Колесник І.А. Соціальна сфера України: проблеми та перспективи реформування / А.В. Черкасов, І.А. Колесник // Молодий вчений, № 1(41). – 2017. – 724-727 с.
4. Методологічні положення щодо класифікації та аналізу економічної активності населення, затверджені наказом Держстату від 19 січня 2011 року № 12. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/metod\\_polog/metod\\_doc/2011/12/metod.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/metod_polog/metod_doc/2011/12/metod.htm)
5. Офіційний сайт Державної служби статистики України: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
6. Людський розвиток в Україні. Пріоритети національної політики мінімізації асиметрії українського ринку праці / кер. авт. кол. О.І. Цимбал; Ін-т демографії та соціальних досліджень ім. М.В. Птухи НАН України. — Київ: Академперіодика, 2021. — 210 с

**Oleksandr Pashchenko**

*Ivan Franko National University of Lviv*

ON THE ISSUE OF ECONOMIC AND LEGAL ASSESSMENT OF EMPLOYMENT IN UKRAINE

The article describes the issues of economic and legal assessment of employment in Ukraine, identifies certain approaches to such assessment.

*Keywords:* labor market, employment, legislation, statistical research, employment rate, self-employment.

**Анастасія Петренко**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*

*ANASTASIIA.PETRENKO@lnu.edu.ua*

**РИНОК СТРАХУВАННЯ УКРАЇНИ У 2019-2020 РОКАХ**

Ринок страхування є невід'ємною складовою частиною фінансової системи України. З огляду на складні політичні та економічні умови важливим є аналіз і нагляд за цим елементом небанківського сектору. Розглянемо як змінювалися основні показники діяльності ринку страхування в Україні у 2019-2020 роках.

Загальна кількість страхових компаній станом на 31 грудня 2020 року становила 210, з них компанії, що займаються страхуванням життя – 20. У 2019 році ці показники становили 233 і 23, а у 2018 році – 281 і 30 відповідно. Чітко простежується тенденція скорочення кількості страхових компаній в Україні, у тому числі і компаній, що здійснюють страхування життя. Регулятор (Національний банк України) пояснює таке стрімке зниження кількості учасників ринку страхування тим, що його залишили компанії, які не були активними та добровільно відмовилися від ліцензій.

Основні показники діяльності ринку страхування та його динаміка представлені в таблиці.

*Таблиця*

**Основні показники діяльності ринку страхування та його динаміка, (млн грн)**

	2018	2019	2020	Темпи приросту (%)	
				2019/2018	2020/2019
Валові страхові премії	49 367,5	53 001,2	45 184,9	7,4	-14,7
Валові страхові виплати	12 863,4	14 338,3	14 852,7	11,5	3,6
Рівень валових виплат, %	26,1%	27,1%	32,9%	-	-
Чисті страхові премії	34 424,3	39 586,0	40 350,2	15,0	1,9
Чисті страхові виплати	12 432,6	14 040,5	14 451,9	12,9	2,9
Рівень чистих виплат, %	36,1%	35,5%	35,8%	-	-

*Джерело: Укладено автором*

**Страхові премії.** Валові страхові премії, отримані страховиками при страхуванні та перестраховуванні ризиків від страхувальників та перестраховальників за 2020 рік, становили 45 184,9 млн грн, що на 7 816,3 млн грн менше порівняно з 2019 роком (53 001,2) та на 4 182,6 млн грн менше порівняно з 2018 роком. Чисті страхові премії за 2020 рік склали 40 350,2 млн грн, тобто 89,3% від валових страхових премій, у 2019 році – 39 586,0 млн грн, що становить 74,7% від валових страхових премій. Чисті страхові премії за 2018 рік становили 34 424,3 млн грн, або 69,7% від валових страхових премій. Обсяги валових страхових премій за 2020 рік зменшилися порівняно з 2019 роком на 14,7%. Натомість за 2019 рік збільшилися порівняно з 2018 роком на 7,4%. Чисті страхові премії збільшилися на 1,9% порівняно з 2019 роком, та на 17,2% порівняно з 2018 роком.

**Страхові виплати/відшкодування.** Розмір валових страхових виплат за 2020 рік становив 14 852,7 млн грн, у тому числі з видів страхування, інших, ніж страхування життя – 14 204,0 млн грн (або 95,6%), зі страхування життя – 648,7 млн грн (або 4,4%). Валові страхові виплати за 2020 рік збільшилися на 3,6% (до 14 852,7 млн грн) порівняно з аналогічним періодом 2019 року, чисті страхові виплати збільшилися на 2,9% і становили 14 451,9 млн грн. Збільшення чистих страхових виплат за 2020 рік (на 411,4 млн грн) відбулося за рахунок суттєвого збільшення чистих страхових виплат за договорами страхування кредитів – 167,7 млн грн, страхування від вогневих ризиків та ризиків вогневих явищ – 364,2 млн грн. Водночас, спад чистих страхових виплат спостерігався зі страхування майна на 617,4 млн грн, автострахування – 3 090,1 млн грн і страхування фінансових ризиків – 602,1. У структурі чистих страхових виплат станом на 31.12.2020 найбільша питома вага страхових виплат припадає на такі види страхування, як: автострахування (КАСКО, ОСЦПВ, «Зелена картка») – 3 414,1 млн грн (або 23,6%) (станом на 31.12.2019 даний показник становив 6 504,2 млн грн (або 46,3%)); медичне страхування (безперервне страхування здоров'я) становить 2 739,6 млн грн (або 19,0%) (станом на 31.12.2019 – 2 602,8 млн грн (або 18,5%)); страхування фінансових ризиків – 968,1 млн грн (або 6,7%) (станом на 31.12.2019 – 1 570,2 млн грн (або 11,2%)); страхування життя – 678,7 млн грн (або 4,5%) (станом на 31.12.2019 даний показник становив – 575,9 млн грн (або 4,1%)); страхування від вогневих ризиків та ризиків вогневих явищ – 573,1 млн грн (або 4,0%) (станом на 31.12.2019 – 208,9 млн грн (або 1,5%)); страхування майна – 529,4 млн грн (або 3,7%) (станом на 31.12.2019 – 1 146,8 млн грн (або 8,2%)).

**Рівень страхових виплат за видами страхування.** Рівень валових страхових виплат (відношення валових страхових виплат до валових страхових премій) станом на 31.12.2020 становив 32,9%. Рівень чистих страхових виплат (відношення чистих страхових виплат до чистих страхових премій) станом на 31.12.2020 становив 35,8% (станом на 31.12.2019 – 35,5%). Високий рівень чистих страхових виплат станом на 31.12.2020 спостерігався зі страхування фінансових ризиків – 49,1% та за видами недержавного обов'язкового страхування – 42,4% (в тому числі зі страхування цивільної відповідальності власників транспортних засобів – 46,7%).

**Страхування фізичних осіб.** Від страхувальників-фізичних осіб за 2020 рік надійшло 22 577,0 млн грн валових страхових премій, що на 4,4% більше, ніж за 2019 рік.

Структура валових страхових премій, які надійшли від фізичних осіб за 2020 рік:

- 17 559,9 млн грн – за видами страхування, іншими, ніж страхування життя (на 2,4% більше, ніж за 2019 рік);
- 5 017,1 млн грн – за видом страхування життя (на 11,7% більше, ніж за 2019 рік).

Страхові виплати страхувальникам-фізичним особам за 2020 рік становили 6 913,5 млн грн (46,5% від загальних валових виплат), що на 4,4% більше, ніж за відповідний період 2019 року. Рівень страхових виплат фізичним особам (відношення страхових виплат до страхових премій) станом на 31.12.2020 становив 30,6%, що дорівнює показнику станом на 31.12.2019.

**Страхування життя.** Валові страхові платежі (премії, внески) при страхуванні життя за 2020 рік становили 5 017,1 млн грн, що на 8,5% більше, ніж за 2019 рік (станом на 31.12.2019 – 4 624,0 млн грн). За 2020 рік збільшилася кількість застрахованих фізичних осіб на 13,0% або на 667 342 осіб (станом на 31.12.2019 застраховано 5 133 049 фізичних осіб, станом на 31.12.2020 – 5 800 391 фізичних осіб).

**Перестраховування.** За договорами перестраховування ризиків за 2020 рік українські страховики (цеденти, перестраховальники) сплатили часток страхових премій 8487,4 млн грн (за 2019 рік – 16 713,4 млн грн), з яких:

- перестраховикам-нерезидентам – 3 652,6 млн грн, що на 10,7% більше порівняно з 2019 роком (за 2019 рік – 3 298,2 млн грн);

- перестраховикам-резидентам – 4 834,8 млн грн, що на 64,0% менше порівняно з відповідним показником 2019 року (за 2019 рік – 13 415,2 млн грн).

**Активи страховиків та сформовані страхові резерви.** Станом на 31.12.2020 обсяг загальних активів страховиків становив 64 925,2 млн грн, що на 1,7% більше в порівнянні з відповідним показником минулого року. Щодо величини страхових резервів, їх обсяг за 2020 рік зріс на 4 209,9 (або на 14,2%) в порівнянні з 2019 роком.

**Висновки.** Аналіз тенденцій основних показників діяльності страхових компаній на ринку страхування в Україні за 2019-2020 роки дає змогу зробити висновки, що вітчизняний страховий ринок перебуває на етапі формування і розвитку. Можна також зробити припущення, що основними напрямками розширення стануть залучення іноземного капіталу, розвиток медичного страхування і впровадження нових страхових послуг і продуктів у зв'язку з розвитком усіх галузей господарювання. Саме тому необхідно і надалі продовжувати дослідження ринку страхування України.

*Список використаних джерел:*

1. Дзюбенко В.М. Страховий ринок України: сучасний стан та перспективи розвитку. *Приазовський економічний вісник*. 2019. Вип. 5(16). С. 270-275.
2. Кондрацька К.В. Страховий ринок України: аналіз та перспективи розвитку. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Сер.: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2019. Вип. 23. С. 87-91.
3. Плиса В.Й. Страхування: підручник, 3-тє видання, випр. й доп. Київ: Каравела, 2021. 440 с.
4. Результати аналізу звітності страховиків за 2020 рік. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://surl.li/arhay>
5. Статистика страхового ринку України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://forinsurer.com/stat>.
6. Страховий ринок України (Non-Life) за даними річної фінансової звітності за 2017-2018-2019 роки. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ufu.org.ua/files/stat/RS\\_2017-2019.pdf](http://ufu.org.ua/files/stat/RS_2017-2019.pdf)

**Anastasia Petrenko**

*Ivan Franko National University of Lviv*

INSURANCE MARKET OF UKRAINE IN 2019-2020

*Annotation:* The insurance market is an integral part of Ukraine's financial system. Given the difficult political and economic conditions, it is important to analyze and supervise this element of the non-banking sector. The article analyzes the dynamics of the main indicators of the insurance market in Ukraine in 2019-2020.

*Keywords:* Insurance market, insurance premiums, insurance payments, level of insurance payments, life insurance, reinsurance, insurers' assets, insurance reserves.

**Діана Петрик, Анастасія Ватаг**

*Львівський національний університет імені Івана Франка  
diankapetruk2004@gmail.com, nastia.vatag@gmail.com*

## **ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ МАРКЕТИНГОВИХ АГЕНЦІЙ ПІД ЧАС ВІЙНИ**

Сьогодні економіка України зіткнулась із небаченим стресом. Повномасштабне військове вторгнення північних сусідів завдало потужного удару по всіх ланках економічної системи нашої держави, зокрема і по сфері маркетингу. Незважаючи на те, що 24 лютого 2022 року більшість маркетингових агенцій зупинили свою діяльність, зараз вони починають її відновлювати, або планують її відновити найближчим часом. З кожним днем все більше компаній пристосовуються до роботи в умовах війни, адже розуміють наскільки економіка впливає на всі процеси в країні. Однак, попри відновлення роботи, маркетингові агенції змушені вирішувати низку нових проблем.

Першою проблемою, з якою зіткнулися маркетингові агенції, став масовий відтік клієнтів. Це можна пояснити шоковим станом, у якому перебували всі суб'єкти ринку у перші дні війни. Маркетингові агенції, в свою чергу, намагалися підтримати своїх клієнтів, надаючи безкоштовні консультації чи зменшуючи вартість деяких послуг. Незважаючи на це, частина клієнтів була змушена призупинити свою підприємницьку і, відповідно, маркетингову діяльність. Також поведінку компаній-клієнтів щодо призупинення активної маркетингової політики пояснює скорочення будь-яких додаткових витрат. За даними опитування 36% рекламодавців змушені були перервати комерційну діяльність без можливості відновлення після 24.02, 29% рекламодавців, що переривали свою комерційну діяльність, вже відновили роботу і 4% планують найближчим часом відновити роботу [1].

Попри поступове відновлення ринку, завантаженість замовленнями маркетингових агенцій залишається низькою. Рівень комерційної завантаженості у більшості рекламних агенцій не перевищував 10%, у чверті агенції рівень комерційної діяльності станом на березень 2022 зупинився. Для того, щоб підтримувати життєдіяльність компаній, керівництво було змушене скоротити заробітну плату працівникам, скасувати нарахування бонусів, відмовитися від оренди офісів та інше [1].

У зв'язку зі зменшенням клієнтів на українському ринку, компанії змушені шукати клієнтів на іноземних ринках. Найвигіднішим варіантом продовження роботи стала переорієнтація маркетингових агенцій на співпрацю із зарубіжними компаніями. Компанії, які вже мали досвід у співпраці з іноземними компаніями, посилюють свою роботу на ринках тих країн, де їм знайомі канали та системи комунікації з клієнтом. Більша частина агентств переходить на західні ринки. Це, наприклад, ринок Польщі, країн Прибалтики, Австрії, Німеччини, а також США та Канади. Набагато важче адаптуватися агентствам, які до повномасштабного вторгнення працювали лише з вітчизняними компаніями. Для них таку вимушену переорієнтацію можна назвати кроком у невідомість. Відповідно, йде досить багато часу та ресурсів, щоб дослідити новий ринок. Доволі непросто виходити на іноземні ринки: потрібні кейси та референси [2]. Як зазначають спеціалісти у галузі маркетингу та реклами, закордонні компанії активно підтримують український бізнес. Міжнародні партнери щиро вірять у відносно швидку стабілізацію економіки України після перемоги та готові допомогти у реалізації проектів у різних куточках світу. Ідеї наших спеціалістів користуються досить високим попитом серед закордонних клієнтів. Користувачам послуг маркетингових агенцій подобається творчий та нестандартний підхід українських спеціалістів у вирішенні проблем компанії.

Актуальність реклами стала наступною проблемою для маркетингових агенцій. З боку споживачів попит на рекламу зменшився, адже на даний час для них вона є недоречною. Відповідно до цього, зменшилась і пропозиція реклами. Щодо рекламодавців, які припинили свою комерційну діяльність, то майже половини респондентів важко спрогнозувати поновлення рекламної активності, 19% сподіваються відновити її у травні [1]. Офлайн-маркетинг займав певну частку від комерційної політики сучасних компаній, хоча на даний момент реклама на телебаченні чи радіо відсутня. Комерційну рекламу витіснили об'єднаний телемарафон «Єдині новини #UARazom» та соціальні ролики на тему війни. Найбільшим джерелом реклами зараз є інтернет-платформи. Окремі рекламодавці чи бізнеси, що більш-менш утрималися на плаву, вирішують питання та розглядають можливості точкового повернення медійних активностей, враховуючи геотаргетинг на тих територіях, де наразі немає активних бойових дій [3].

Отже, повномасштабне вторгнення російський військ значною мірою вплинуло на діяльність маркетингових агенцій. Вони зіткнулися з низькою проблем: відтік клієнтів з українського ринку, вимушена переорієнтація на іноземних клієнтів, значне скорочення рекламної діяльності та низький рівень комерційної завантаженості. Попри всі перешкоди маркетингові агенції стараються адаптуватися до нових умов та продовжувати свою діяльність.

### *Список використаних джерел:*

1. Барометр стану цифрової індустрії у період бойових дій. URL: <https://iab.com.ua/wp-content/uploads/2022/04/IAB-War-Barometer.pdf> (дата звернення 10.05.2022).
2. "Більшість маркетингових активностей в Україні зараз просто на нулі..." : [інтерв'ю з співзасновником "Panem Digital Agency" Тарасом Василюшином / розмовляла Олена Янковська]. URL: <https://lvbs.com.ua/news/bilshist-marketyngovyh-aktyvnostej-v-ukrayini-zaraz-prosto-na-nuli-taras-vasylyshyn-panem-digital-agency/> (дата звернення 10.05.2022).
3. Дьоміна К. Реклама під час війни. Що робимо зараз та куди хочемо йти завтра? URL: <https://itforce.ua/uk/blog/reklama-pid-chas-vijni/> (дата звернення 10.05.2022).

**Diana Petryk, Anastasia Vatag**

*Ivan Franko National University of Lviv*

### **PROBLEMATIC ISSUES OF ACTIVITIES OF UKRAINIAN MARKETING AGENCIES DURING THE WAR**

This scientific work deals with the specifics of the work of marketing agencies in the market in accordance with the realities of Ukraine's economy in modern conditions. The main problems faced by the companies against the background of the war are revealed.

*Keywords:* marketing, marketing agencies, market problems.



**Аліна Пешко**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*  
*alinapeshko09@gmail.com*

## **ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ТА ЗНАЧЕННЯ ПРОЦЕСУ РЕАЛІЗАЦІЇ ТОВАРІВ НА ТОРГОВЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ**

Завершальною стадією кругообігу капіталу будь-якого суб'єкта господарювання є процес реалізації, який здійснюють згідно з угодами про постачання виготовленої (придбаної) підприємством продукції (товарів, робіт, послуг). Процес реалізації являє собою множинну операцій з продажу готової продукції (товарів, робіт, послуг) споживачам. У процесі реалізації натуральна форма продукту переходить у грошову форму [4].

Реалізація товарів на торговельному підприємстві забезпечує існування такого підприємства. Її пов'язують з такою категорією, як «товарооборот», що у найбільш загальному розумінні означає обсяг виконаних угод щодо купівлі-продажу товарів і надання торговельних послуг. Обсяг товарообороту включає дві складові: кількість проданого товару та ціну одиниці товару, добуток яких складає суму грошової виручки (товарообороту).

Товарооборот формується під впливом таких ціноутворюючих складових, як: непрямі податки, витрати на виробництво товарів, витрати на реалізацію (включаючи транспортні витрати з перевезення товарів від постачальників до місць їх реалізації) і прибуток від реалізації товарів. Усі зазначені складові оплачує кінцевий споживач, якщо товарна пропозиція відповідає купівельному попиту. Тому товарооборот можна вважати реалізованим попитом.

Дохід від реалізації товарів торговельним підприємством формується як величина торговельних надбавок (знижок), що одержані в процесі реалізації товарів за певний визначений часовий проміжок. Оскільки в торговельному бізнесі нова споживча вартість не створюється, дохід від реалізації товарів виступає своєрідною платою за надання торговельно-посередницької послуги, яка складає частину виручки торговельного підприємства, тобто мова йде про комерційний дохід від реалізації товарів.

Кінцевий етап руху товарів, тобто надходження їх зі сфери обігу у сферу особистого споживання, характеризує роздрібний товарооборот. Останній є показником результативності соціально-економічних процесів діяльності як торговельного підприємства, так і держави. Він включає виручку від реалізації споживчих товарів безпосередньо населенню для особистого споживання, що може надходити готівковим та безготівковим розрахунком через організований споживчий ринок – торговельні підприємства, а також виручку, що може надходити через касу неторговельних підприємств від реалізації населенню товарів власного виробництва, таких, що придбані на стороні або отримані за бартерними операціями [3].

Для ефективного управління роздрібним товарооборотом необхідно володіти своєчасною та об'єктивною інформацією про товари та напрями їх реалізації, що формується в системі обліку підприємства. Реалізація товарів у торгівлі характеризує перехід права власності на активи від одного господарюючого суб'єкта до іншого за плату.

Щодо самого товару як об'єкта торговельної діяльності, то П(С)БО 9 «Запаси» трактує товари як матеріальні цінності, що придбані (отримані) та утримуються підприємством з метою подальшого продажу [1].

Товаром є річ, яку можна продати або обміняти на інші цінності. Товар представляє собою матеріальну чи нематеріальну власність, яка може бути реалізована на ринку. Як результат фізичної чи розумової праці, як результат послуги, як сама здатність до праці, як земля з її багатствами, товар володіє споживчою вартістю та вартістю реалізації і може бути обміняний на інший товар (гроші) власником цієї споживчої вартості [2].

Для забезпечення безперервності процесу реалізації товарів та обслуговування покупців на торговельному підприємстві повинен бути створений певний обсяг запасів товару. Товарний запас – це сукупність товарів, призначених для подальшої реалізації та здійснення безперебійної торгівлі, що перебувають у сфері обігу в процесі переміщення від виробництва до споживання.

В процесі такого переміщення товарні запаси сфери обігу можуть набувати різних форм: запаси готової продукції на складах виробника → товари в дорозі від виробника до гуртової ланки торгівлі → товарні запаси на складах гуртової торгівлі та інших збутових посередників → товари в дорозі від гуртової до роздрібною ланки торгівлі → запаси на складах та в торговельному залі підприємств роздрібною торгівлі.

Важливість та необхідність створення запасів товару зумовлена тим, що час споживання та час виробництва товарів не співпадають між собою; окремі види товарів характеризуються сезонністю виробництва та споживання; територіально райони виробництва і споживання товарів можуть бути розміщені нерівномірно; необхідно перетворювати виробничий асортимент в торговий та створювати страхові резерви на випадок можливих непрогнозованих коливань попиту і пропозиції товарів під впливом різних факторів.

Процес реалізації товарів на торговельному підприємстві висуває певні вимоги до системи їх обліку, зокрема: забезпечення виконання плану товарообороту; забезпечення інформації про обсяг і структуру реалізованих товарів; облік і контроль виконання договірних зобов'язань щодо постачання товарів; облік нарахування та сплати належних щодо обсягу реалізації податків та зборів; перевірку правильності документального оформлення, законності і цілеспрямованості операцій по реалізації товарів; дотримання правил проведення інвентаризацій товарних запасів, своєчасне виявлення і відображення в обліку їх результатів; визначення ціни реалізації та фінансових результатів як за окремими видами товарів, так і загалом по підприємству [3].

При організації системи обліку товарів на торговельних підприємствах важливо, щоб система обліку функціонувала оптимально за рахунок певних важелів контролю і управління, тим самим створюючи умови для формування облікової, контрольної і аналітичної інформації (у тому числі за необхідними розрізами, у визначені терміни для забезпечення її корисності для потреб внутрішніх і зовнішніх користувачів) та умови праці облікових працівників. Також ефективним є запровадження наукових досягнень у практику технології обліку на торговельному підприємстві.

### *Список використаних джерел:*

1. П(С)БО 9 «Запаси»: Наказ Міністерства фінансів України від 20.10.1999 р. № 246. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99>.
2. Сучасний економічний аналіз і прогнозування (мікро- та макрорівень): навч. посіб. / А.В. Калина, М.Л. Конєва, В.О. Яценко. – К.: МАУП, 2011. – 272 с.
3. Чабанюк О.М. Облік товарів у системі управління підприємств роздрібною торгівлі / О.М. Чабанюк, Н.О. Юганович // Науковий вісник НЛТУ України. – 2013. – Вип. 23.3. – С. 297–301.
4. Швець В.Г. Теорія бухгалтерського обліку: Підручник. – К.: Знання, 2004. – 447 с.

**Alina Peshko**

*Ivan Franko National University of Lviv*

**ECONOMIC CONTENT AND SIGNIFICANCE OF THE PROCESS OF SALE OF GOODS AT A TRADING ENTERPRISE**

The essence of the process of selling goods that ensures the existence of a commercial enterprise is described. The conditions for the formation of the turnover of the enterprise, in particular retail, are substantiated. The essence of goods and forms of inventories is determined. The conditions of functioning of the system of accounting for the sale of goods at a commercial enterprise are generalized.

*Keywords:* trade, trading company, turnover, goods, sales, inventories.

**Христина Поврозник, Софія Ханас, Юлія Гранкін**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*

*hristinapovroznik@gmail.com, hanasofta@gmail.com, juliagrarkin17@gmail.com*

## **ЕКОНОМІКО-ПРАВОВІ ПРИНЦИПИ ПІДТРИМКИ БІЖЕНЦІВ З УКРАЇНИ У РЕСПУБЛІЦІ ПОЛЬЩА**

З початку воєнних дій на території України ми спостерігаємо значну кількість тимчасово переміщених осіб у Республіку Польща. Такі події змусили польський уряд швидко реагувати та приймати важливі економічні рішення та дії. Протягом першого місяця було розроблено цілий ряд економіко-правових документів, що визначають порядок та умови надання підтримки біженцям з України.

Найбільш детальним є закон від 22 березня 2022 «Про допомогу громадянам України у зв'язку із збройним конфліктом на території цієї держави»[1], який передбачає порядок та можливості підтримки українців від різноманітних урядових та самоврядних органів. В цілому Закон забезпечує доступність для громадян України ряду соціальних виплат, призначених для громадян Польщі, зокрема: сімейний пакет (ст. 26 Закону), у якому допомога для сім'ї призначається на дитину в розмірі від 95 до 135 злотих на місяць залежно від віку дитини[2], одноразовий платіж у розмірі 300 злотих, доступний кожному члену сім'ї, який приїжджає до Польщі (ст. 31), житлові субсидії для домовласників, що надають притулок переміщеним особам (ст. 13), окремо встановлені розпорядженнями Ради міністрів у розмірі до 40 злотих на добу на кожну особу[3]. До прав біженців з України належать також права на так званій сімейний капітал (РКО). Належить він громадянам України, які живуть у Польщі з своїми дітьми (ст. 26 Закону). Сума допомоги може становити 12 000 злотих на одну дитину[4].

Звичайно, окрім фінансової допомоги від державних та місцевих органів, громадянам України, що постраждали від російського вторгнення, передбачаються різноманітні гуманітарні допомоги у вигляді їжі, одягу та різноманітних продовольчих товарів. Це відбувається по-різному, в залежності від міста та регіону. Проте в більшості випадків існує на волонтерських засадах місцевих жителів Польщі, не використовуючи місцевого чи сільського бюджету.

За статистичними даними офіційного сайту «Відкриті дані» станом на 25 квітня біженцям з України було надано 1 011 979 номерів PESEL (універсальна форма реєстру населення, з допомогою цього номеру українці мають можливість отримати фінансову, медичну та іншу, передбачену законом допомогу та можливість офіційно працевлаштуватись). Із цієї кількості: 725, 2 тисячі жінок та 286,8 чоловіків[5]. Також за підрахунками, поданими заступником міністра внутрішніх справ та адміністрації Павла Шефернакера щодо кількості та відсоткового співвідношення біженців з України, було виділено таку інформацію «дітей та підлітків до 18 років – 47,9% , жінок віком 18-65 років – 44,9% , жінок та чоловіків, старших 65 років – 3,4%»[6].

Закон від 22 березня відображає розподіл повноважень та завдань у сфері соціальної допомоги між центральними органами виконавчої влади та місцевого самоврядування різних рівнів, здійснений відповідно до принципу субсидіарності[7]. Згідно нього, органи влади та самоврядування нижчих рівнів володіють усіма повноваженнями, які прямо не передані законом до відання органів вищого рівня. Цей принцип відображений також у розподілі джерел фінансування окремих видів соціальної допомоги. Наприклад, забезпечення освітніх стипендій як для польських, так і для українських громадян здійснюється на рівні гміни (ст. 53 Закону) – нижчої ланки місцевого самоврядування, а непрямі медичні субсидії на послуги та придбання ліків (ст. 37 Закону) виділяються на загальнодержавному рівні Національним фондом охорони здоров'я. Для залучення додаткових коштів Законом передбачено створення Фонду допомоги (ст. 14), оператором якого є Банк національного господарства – єдиний у Польщі банк розвитку. Кошти з фонду доступні за запитами всім владним суб'єктам для фінансування їх завдань підтримки українських громадян у Польщі. Фінансування фонду забезпечується Радою Міністрів у рамках річного фінансового плану із різноманітних джерел: державного та загальноєвропейського бюджетів, внесків розпорядників бюджетних коштів усіх рівнів, а також пожертв приватних осіб.

Ця модель фінансування та розподілу коштів використовує переваги зрілої адміністративної та фінансової децентралізації влади у Республіці Польща. Вона дозволяє ефективно надавати допомогу потребуючим особам та родинам із використанням всіх існуючих інституцій. Фактичний обсяг витрат на сьогодні визначається кількістю громадян України, що отримали номер PESEL. Тому ми можемо стверджувати, що кількість українців, які отримали фінансову допомогу, становить більше 1 млн осіб. Отже, застосовуючи математичні підрахунки, можемо зробити висновок, що урядом Польщі було виплачено понад 300 млн злотих (еквівалент 67 млн доларів США) як одноразова виплата та понад 50 млн (еквівалент понад 11 млн доларів США) щомісячної виплати для дітей та підлітків віком до 18 років. Щодо інших виплат поки важко стверджувати, так як невідомі статистичні дані щодо них.

Створений економіко-правовий механізм підтримки вимушено переміщених громадян України у Республіці Польща є прикладом швидкої та комплексної відповіді на зовнішні виклики для адміністрації та бюджетів всіх рівнів із використанням переваг децентралізації влади. Цей досвід заслуговує на детальне вивчення і може бути врахований при подальшому вдосконаленні регіональної політики і місцевого самоврядування в Україні.

### *Список використаних джерел:*

1. Ustawa z dnia 12 marca 2022 r. o pomocy obywatelom Ukrainy w związku z konfliktem zbrojnym na terytorium tego państwa [Електронний ресурс] // Sejm Rzeczypospolitej Polskiej [офіційний веб портал]. – Режим доступу: [https://orka.sejm.gov.pl/proc9.nsf/ustawy/2069\\_u.htm](https://orka.sejm.gov.pl/proc9.nsf/ustawy/2069_u.htm) (дата звернення 15.05.2022).
2. Zasiłek rodzinny [Електронний ресурс] // Ministerstwo Rodziny i Polityki Społecznej [Serwis Rzeczypospolitej Polskiej]. – Режим доступу: <https://www.gov.pl/web/rodzina/zasilek-rodzinny> (дата звернення 15.05.2022).
3. Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 15 marca 2022 r. w sprawie maksymalnej wysokości świadczenia pieniężnego przysługującego z tytułu zapewnienia zakwaterowania i wyżywienia obywatelom Ukrainy oraz warunków przyznawania tego świadczenia i przedłużania jego wypłaty [Електронний ресурс] // Sejm Rzeczypospolitej Polskiej [офіційний веб портал]. – Режим доступу: <https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/DocDetails.xsp?id=WDU20220000605> (дата звернення 15.05.2022).
4. Ustawa z dnia 17 listopada 2021 r. o rodzinnym kapitale opiekuńczym [Електронний ресурс] // Sejm Rzeczypospolitej Polskiej [офіційний веб портал]. – Режим доступу: [https://orka.sejm.gov.pl/proc9.nsf/ustawy/1509\\_u.htm](https://orka.sejm.gov.pl/proc9.nsf/ustawy/1509_u.htm) (дата звернення 15.05.2022).
5. Szczegółowe statystyki dot. osób zarejestrowanych w rejestrze obywateli Ukrainy i członków ich rodzin, którym nadano status cudzoziemca na podstawie specustawy [Електронний ресурс] // Otwarte dane [Serwis Rzeczypospolitej Polskiej]. Режим доступу: <https://dane.gov.pl/pl/dataset/2715,zarejestrowane-wnioski-o-nadanie-statusu-ukr/resource/38087/table> (дата звернення 15.05.2022).
6. Szefernaker, P. Dziś przekroczyliśmy liczbę 1 mln uchodźców wojennych z Ukrainy, którzy otrzymali nr PESEL [...]. 25 квітня 2022. Twitter: @szefernaker. - Режим доступу: <https://twitter.com/szefernaker/status/1518632884629876737> (дата звернення 15.05.2022).
7. Матвійчук А.В., Риженко І.М. Конституційно-правові засади організації надання соціальної допомоги: польський досвід для України. Юридичний вісник. 2022. №1 (62). С. 69-75.

**Khrystyna Povrozyk, Sofiia Khanas, Yuliia Hrankin**

*Ivan Franko National University of Lviv*

#### ECONOMIC REGULATORY PRINCIPLES OF SUPPORT TO UKRAINIAN REFUGEES IN THE REPUBLIC OF POLAND

A special law is adopted by Polish Sejm on March 22, 2022 to provide comprehensive and multi-level support to Ukrainian citizens displaced by Russian aggression. It entitles the legally registered refugees to parental, educational, healthcare and social security support routinely available to citizens of Poland and provided by various central government and local self-government agencies. Under the law, a dedicated fund is operated by Bank Gospodarstwa Krajowego, the Polish development bank, available for funding requests to all types of the supporting agencies. This model leverages the mature administrative and financial decentralization system in place in Poland to deliver support efficiently using the existing institutional resources. This case deserves an extensive study and can be taken into account for further improvement of Ukrainian regional policy and self-government.

*Keywords:* subsidiarity principle, administrative decentralization, family care capital, Aid Fund, BGK

Ольга Полівода

Львівський національний університет ім. Івана Франка

*Olhapolivoda0208@gmail.com*

## ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Управління персоналом як система має базуватися на кадровій політиці, яка виступає складовою системи стратегічного управління організацією. Це пов'язано з тим, що вибір кадрової політики залежить від обраної концепції управління персоналом, яка має відповідати стратегії розвитку організації на довгостроковий період.

Стратегія управління являє собою загальну концепцію того, як досягаються головні цілі організації, зважаються проблеми, що стоять перед нею, і розподіляються, необхідні для цього, обмежені ресурси. Стратегія повинна бути внутрішньо цілісною, спільною із середовищем, збалансованою по ресурсах, реальною, у міру ризикованою, повинна органічно поєднувати довгострокові та короткострокові цілі, тобто забезпечувати втілення кадрової політики. В свою чергу, кадрова політика являє собою систему теоретичних поглядів, ідей, вимог, принципів, що визначають напрямок і основи роботи з персоналом, її форми і методи. Розробкою кадрової політики займаються власники організації, вище керівництво, кадрові служби.

Кадрова політика повинна спиратися на такі принципи, як справедливність, послідовність, дотримання трудового законодавства, рівність і відсутність дискримінації. В основі формування кадрової політики лежить аналіз структури персоналу, ефективності використання робочого часу, прогнози розвитку виробництва і зайнятості.

Кадрова політика організації визначається низкою факторів, які можна розділити на внутрішні та зовнішні.

До зовнішніх відносяться національне трудове законодавство; взаємини з профспілкою; перспективи розвитку ринку праці. Внутрішніми факторами є структура і цілі організації; територіальне розміщення; застосовувані технології; пануюча культура; сформовані відносини і морально-психологічний клімат у колективі.

Головними напрямками кадрової політики можна вважати:

- визначення основних вимог до персоналу згідно з прогнозом внутрішньої і зовнішньої ситуації, перспективами розвитку організації;
- формування нових кадрових структур і розробка процедур та механізмів управління персоналом;
- формування концепції оплати праці, матеріального і морального стимулювання працівників відповідно до стратегії бізнесу;
- вибір шляхів залучення, використання, збереження і вивільнення кадрів, допомоги в працевлаштуванні при звільненнях;
- розвиток соціальних відносин;
- визначення шляхів розвитку кадрів, навчання, перенавчання, підвищення кваліфікації чи перепідготовка у зв'язку з переходом до нових технологій, просування, стимулювання дострокового виходу на пенсію осіб;
- поліпшення морально-психологічного клімату в колективі, залучення рядових працівників до участі в управлінні організацією тощо.

Найбільш яскраво взаємозв'язок розвитку підприємства і кадрової політики виявляється при класифікації стратегій, що враховує ситуаційні чинники. Згідно з даним підходом, розрізняють декілька ситуаційних стратегій, пов'язаних з певними стадіями розвитку підприємства (фірми).

1. Організація нового бізнесу: придбання ресурсів, необхідних для переходу від ідеї до прибуткового виробництва, підготовка до запеклої конкуренції в умовах ринку.

Формування кадрів в цьому випадку повинно відповідати наступним принципам питання: які кадри потрібні, кого набирати, де готувати, чи потрібна спеціальна підготовка, її об'єми стосовно до специфіки виробництва.

2. Концентрація на одному напрямі підприємницької діяльності. Тут в основі лежить виняткова компетентність фірми в якій-небудь одній області, у виробництві одного або декількох продуктів в порівнянні з конкурентами. Постійна перевага в компетентності дозволяє тривалий час зберігати лідерство в змінних умовах ринку.

Стосовно кадрової політики ця ситуація може виявитися по-різному. По-перше, можливе розширення виробництва однієї продукції за рахунок припинення випуску інших. У цьому випадку кадри або звільняються, або перепідготовляються відповідно до мети виробництва. По-друге, в зв'язку із зміною запитів споживачів необхідно швидко ввести в дію резервні потужності.

3. Вертикальна інтеграція, коли має бути визначено, що більш вигідно - закуповувати компоненти або виробляти їх самостійно. Відомо, що чим вище міра вертикальної інтеграції, тим вище рівень концентрації і стійкіше виробництво, хоч вимоги до управління підвищуються.

Кадрова політика в цьому випадку вирішує задачі по формуванню кадрів як по чисельності, так і по професійній структурі в зв'язку з освоєнням (включенням) нових виробництв.

4. Диверсифікація - вторгнення діючих підприємств в нові області виробничої діяльності з метою підвищення економічної стійкості підприємства.

Диверсифікація є альтернатива спеціалізації, тривалий час що вважалася ефективним напрямом в розвитку виробництва. При диверсифікації в близькій до основної сфери діяльності змінюється виробнича і організаційна структура підприємства.

5. Стратегія перенесення капіталу. Вона складається в посилюванні контролю за витратами і їх всьлякому скороченні, вилученні ресурсів із збиткових сфер і переміщенні їх в прибуткові сфери діяльності, в заміні керівництва.

Стосовно до кадрової політики реалізація даної стратегії може спричинити за собою і економію коштів на залучення і зміст робочої сили, вивільнення працівників із збиткових виробництв, і, навпаки, збільшення чисельності робочої сили в прибуткових сферах діяльності. У зв'язку з тим, що дана стратегія реалізується в досить короткі терміни, кадрові питання також повинні вирішуватися в оперативному порядку.

6. Вилучення капіталів і припинення діяльності. У разі невдачі якого-небудь з напрямів діяльності застосовуються: переорієнтація на нові сегменти ринку, де велика імовірність успіху, скорочення масштабного бізнесу і залучення в справу всіх резервів, припинення діяльності - ліквідація підприємства або продаж його.

Стосовно до кадрової політики це найбільш жорсткий варіант, оскільки пов'язаний із звільненням працівників, великим економічним збитком, з необхідністю виплати різного роду посібників в рамках соціального захисту.

Оскільки будь-яка стратегія розвитку підприємства в тій чи іншій мірі є ризиковою, то процес її реалізації має супроводжуватись «зворотнім зв'язком».

Підводячи підсумок, слід зазначити, що підприємствам було б досить корисно звертати увагу на взаємозв'язок стратегічного управління та кадрової політики. Менеджери фірми повинні мислити масштабно, прогресивно і розумно управляти, забезпечуючи узгодження цілей та можливостей підприємства.

Однозначно, важливим є те, наскільки правильно зроблений вибір кадрової політики на підприємстві, бо ефективна діяльність всього підприємства, в першу чергу, залежить від організованої і продуктивної роботи самих працівників.

*Список використаних джерел:*

1. Вихристюк М. О. Взаємозв'язок кадрової політики і стратегії розвитку машинобудівного підприємства / М. О. Вихристюк, В. Г. Мамченко // *Машинобудування*. – 2010. – № 6. – С. 189-197
2. Мажура І. А. Стратегічне управління персоналом підприємства / І. А. Мажура, С. М. Невмержицька // *Формування ринкових відносин в Україні*. – 2014. – № 4. – С. 203-206.
3. Осовська, Г. В. *Комунікації в менеджменті: навчальний посібник*. Київ : Кондор, 2017. 218 с.
4. Юсуфова А. Оцінка ефективності стратегічного ситуаційного управління. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2017. № 2. С. 150–155.

**Olha Polivoda**

*Ivan Franko National University in Lviv*

RELATIONSHIP BETWEEN STRATEGIC MANAGEMENT AND PERSONNEL POLICY OF THE ENTERPRISE

Personnel management as a system is based on personnel policy, which is an integral part of the strategic management of the organization. The choice of personnel policy depends on the chosen concept of personnel management, which corresponds to the long-term development strategy of the organization. The relationship between enterprise development and personnel policy is revealed in the classification of strategies that take into account situational factors.

*Keywords:* strategy, management, enterprise, personnel policy, strategy choice, manager, situational factors, personnel.

Назарій Полівода

Львівський національний університет імені Івана Франка

E-mail: polivoda.nazar@gmail.com

## НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВАЛЮТНОГО РЕГУЛЮВАННЯ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Одним із важливих чинників поліпшення економічного розвитку та макрофінансової стабільності України є оптимізація механізму державного регулювання валютного ринку. Тому важливо, на нашу думку, розглянути напрями підвищення ефективності валютного регулювання в контексті забезпечення економічного розвитку України.

Згідно із Законом України "Про валюту і валютні операції" з 7 лютого 2019 року Національним банком вводиться нова система валютного регулювання. В її рамках Національний банк здійснює перехід від системи тотального валютного контролю за кожною операцією до валютного нагляду, побудованого за принципом "більше ризиків – більше уваги, менше ризиків – менше уваги"[1]. Втім це недостатньо сприяє вирішенню проблем економічного розвитку держави, оскільки внаслідок цього в Україні зростає тіньовий сегмент на валютному ринку, валютні резерви не збільшуються та відбувається різке коливання валюти.

Актуальність даної теми підтверджують праці українських науковців, серед яких І. Михасюк, А. Мельник, М. Крупка, З. Залого, які розглядають валютне регулювання як один з економічних методів регулювання економіки через проведення ефективної податкової політики, коригування норм і нормативів здійснення економічних перетворень, цін, валютних операцій, нагляд за процесами кооперації[2].

В.М. Гриньова та М.М. Новікова визначають основні напрями валютного регулювання[3]: встановлення курсу національної валюти до вільноконвертованої валюти та інших валют, обіг іноземної валюти в межах країни, міжнародні розрахунки та система обов'язкових платежів у валюті.

Є багато різних способів впливу на ефективність управління інвестиціями, грошовими потоками та фінансовими ризиками, але, на нашу думку, основні напрями валютного регулювання в Україні це:

- валютні інтервенції,
- регулювання валютних курсів,
- управління рухом капіталу.

Валютні інтервенції застосовуються Національним банком України з метою стратегічного забезпечення та подальшого сприяння цінності стабільності в державі шляхом встановлення відповідного курсу національної валюти щодо іноземних валют, а також нівелювання дисбалансів сукупного попиту та пропозиції грошей. Однак всі ці заходи необхідно здійснювати в умовах високого рівня доларизації національної економіки, негативного ефекту перенесення змін спекулятивного обмінного курсу на інфляцію та "воєнної" лібералізації.

Завданнями проведення валютних інтервенцій є [4]:

1. накопичення міжнародних резервів;
2. згладжування функціонування валютного ринку;
3. підтримання трансмісії ключової процентної ставки як основного інструменту грошово-кредитної політики.

Ефективне валютне регулювання призведе до збільшення національного багатства, яке є підґрунтям довгострокового економічного розвитку України.

Згідно Закону України "Про валюту і валютні операції" валютне регулювання – діяльність Національного банку України та в установлених цим Законом випадках Кабінету Міністрів України, спрямована на регламентацію здійснення валютних операцій суб'єктами валютних операцій і уповноваженими установами[5].

Українська держава прямує до забезпечення вільного курсоутворення, який також не виключає використання інтервенцій Національним банком на валютному ринку. Отже, управління фінансовою системою держави містить коригування валютного курсу через реалізацію політики управління валютними резервами та управління зовнішнім боргом.

Регулювання руху капіталу в Україні має наступні обмеження. Національний банк визначає порядок вивезення, переказування і пересилання з України коштів у іноземній валюті. Такі операції, за винятком тих, які окреслені валютним законодавством України, підлягають ліцензуванню. Також Національний банк України визначає порядок надання і отримання резидентами кредитів у іноземній валюті, якщо їх терміни і суми перевищують встановлені законодавством межі, порядок розміщення валютних цінностей на рахунках і вкладах за межами України та порядок переміщення громадянами валюти через митний кордон України. Ці валютні обмеження в Україні показують існування проблем, пов'язаних із наповненням внутрішнього валютного ринку країни іноземною валютою, а також необхідність недопущення відпливу капіталів за межі країни, що негативно впливає на сальдо платіжного балансу[6].

Ефективність валютного регулювання відбивається на економічному розвитку, оскільки пов'язана із бюджетним, податковим та зовнішньоекономічним управлінням держави через підприємничу, інвестиційну, банківську діяльність, а ці процеси, у свою чергу, впливають на можливість акумулювання, перерозподілу, пропозицію грошово-кредитних ресурсів економіки України. Отже, раціональні грошово-кредитні показники впливають на макроекономічні індикатори функціонування держави та формують сприятливий інвестиційний клімат та ефективне функціонування реального сектору національної економіки на засадах економічної безпеки та стабільності держави в цілому.

Вдосконалення механізму валютного регулювання згідно зі структурними змінами в економіці держави в час війни призведе до створення адекватних умов врахування тенденцій світової економіки, стабілізації внутрішнього господарювання та ефективного функціонування реального сектору на засадах національної економічної безпеки та стабільності держави в цілому.

*Список використаних джерел:*

1. Національний банк затвердив нову систему валютного регулювання та оприлюднив дорожню карту валютної лібералізації. Національний банк України. [Електронний ресурс]: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/natsionalniy-bank-zatverdiv-novu-sistemu-valyutnogo-regulyuvannya-ta-opriyudniv-dorozhnyu-kartu-valyutnoyi-liberalizatsiyi>.
2. Михасюк І., Мельник А., Крупка М., Залого З. Державне регулювання економіки. – Львів : Львівський національний університет ім. І. Франка, Львів : 2000. – 592 с.
3. Гриньова, В. М. Державне регулювання економіки [Текст] : підручник / В. М. Гриньова, М. М. Новікова. – К. : Знання, 2008. – 398 с. – (Вища освіта XXI століття).
4. Стратегія валютних інтервенцій Національного банку України на 2016 – 2020 роки [Електронний ресурс]: [https://bank.gov.ua/admin\\_uploads/article/Currency\\_intervention\\_strategy\\_NBU.pdf?v=4](https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Currency_intervention_strategy_NBU.pdf?v=4).
5. Закон України "Про валюту і валютні операції" від 21 червня 2018 року № 2473-VIII [Електронний ресурс]: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2473-19#Text>.

6. Малащук Д.В. Вдосконалення системи валютного регулювання та контролю в контексті забезпечення валютної безпеки України // Збірник матеріалів XIII Міжнародної науково-практичної конференції «Економічна безпека України та виклики сьогодення» Ч. I – К.: УДУФМТ, 2010. – С. 226–229.

**Polivoda Nazarii**

*Ivan Franko National University of Lviv*

DIRECTIONS FOR IMPROVING THE EFFICIENCY OF CURRENCY REGULATION IN ENSURING THE ECONOMIC DEVELOPMENT OF UKRAINE

Directions for improving the efficiency of currency regulation and its impact on economic development in Ukraine at the present stage are analyzed. The development of theoretical principles and practical recommendations for their improvement is presented.

*Keywords:* exchange rate; currency regulation; currency interventions; investment flows; economical development.



**Ілона Полько**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*  
*ilona24lv@gmail.com*

## **АУДИТ ОПЕРАЦІЙ З ВИРОБНИЧИМИ ЗАПАСАМИ: МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ТА ОСНОВНІ ЕТАПИ**

Аудиторська перевірка операцій з виробничими запасами вимагає чіткої параметризації та ідентифікації напрямків проведення контрольних процедур. Відтак, можна виокремити такі базові напрямки:

- фактична перевірка умов зберігання і наявності виробничих запасів за елементами, видами та номенклатурою;
- перевірка доцільності вибору та дотримання облікової політики підприємства щодо оцінки операцій з виробничими запасами;
- перевірка дотримання вимог законодавчих та нормативних актів щодо оцінки оприбуткування і оперативного обліку запасів;
- перевірка доцільності та законності здійснення і документального оформлення операцій із вибуття виробничих запасів;
- перевірка стану аналітичного та синтетичного обліку операцій із руху виробничих запасів, достовірності формування звітних показників;
- перевірка повноти, достовірності та правильності розкриття інформації про операції із виробничими запасами у всіх суттєвих аспектах в системі показників фінансових звітів.

В процесі здійснення аналітичних процедур аудиту операції з виробничими запасами повинні бути оцінені на предмет таких тверджень як: існування, права і обов'язки, повнота, оцінка і розподіл, точність, класифікація і закриття реєстрів. Твердження отримані від управлінського персоналу замовника розглядаються аудитором для встановлення різних типів викривлень суттєвого чи несуттєвого характеру, які можуть мати місце у обліку і звітності суб'єкту бізнесу.

Ключову роль у процесі організації та методичного забезпечення аудиторської перевірки операцій із виробничими запасами відіграє інформаційне забезпечення, яке представлено сукупністю документів з обліку виробничих запасів в розрізі субрахунків, а саме: первинних документів, документів складського обліку, реєстрів аналітичного та синтетичного обліку, звітності підприємств, актів інвентаризації, облікової політики підприємства та ін.

Процес аудиторської перевірки операцій з виробничими запасами складається із таких етапів: прийняття клієнта; планування аудиторської перевірки; виконання завдань із аудиту; огляд та завершення; надання Звіту незалежного аудитора. Стадія прийняття клієнта передбачає узгодження умов завдань із аудиту спеціального призначення оцінки операцій з виробничими запасами; оцінку дієвості системи внутрішнього контролю; ідентифікацію всіх видів аудиторських ризиків, визначення порогу суттєвості і матеріальності помилок; укладення договору за результатами тендерних процедур чи конкурсного відбору.

Планування аудиторської перевірки операцій із виробничими запасами передбачає розробку загальної стратегії та конкретних підходів до характеру, періоду і часу проведення аудиту, визначення бюджету часу і витрат, очікуваного обсягу контрольних процедур, використання прикладних програмних продуктів у отриманні аудиторських доказів та оформленні робочих документів; розробка загального плану і деталізованих робочих програм перевірки надходження і вибуття виробничих запасів.

Виконання завдань з аудиту операцій з виробничими запасами передбачає реалізацію запланованої стратегії, виконання аудиторських процедур та їх документування. Огляд і завершення процедури аудиту операцій із виробничими запасами передбачає оцінку достатності та прийнятності аудиторських доказів, визначення відхилень, викривлень в процесі аудиту, встановлення характеру їх виникнення, рівня суттєвості, систематизація помилок і шахрайства визначення їх впливу на релевантність інформації представленої у фінансових звітах, узагальнення результатів аудиту.

На завершальному етапі аудиту складається меморандум про результати контрольних процедур, здійснюється реалізація результатів аудиту операцій з виробничими запасами, здійснюється презентація Звіту незалежного аудитора за перевіркою з завдань спеціального призначення. Застосування в практиці аудиту операцій з виробничими запасами запропоновану черговість етапів аудиторського процесу дасть змогу не тільки забезпечити принципи незалежності та об'єктивності, а також підвищити контури ідентифікації можливих ризиків суттєвих викривлень, проблем, випадків шахрайств, підвищити якість аудиту в цілому.

Аудиторська перевірка операцій з виробничими запасами забезпечить управлінський процес достовірним, незалежно оціненим інформаційним ресурсом, використання якого дасть змогу здійснити ефективне управління бізнес-процесами, розробити та реалізувати дієві заходи оперативного контролю, що в загальній сукупності сприятиме посиленню можливостей економічного розвитку підприємства

### *Список використаних джерел:*

1. Кузик Н. Методичні аспекти аудиту запасів. Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації. 2015. Вип. 4. С.106–113.
2. Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду іншого надання впевненості та супутніх послуг. Видання 2016–2017 р. Міжнародна федерація бухгалтерів. Аудиторська палата України. Київ. 2018. Ч.1. 1142 с.
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси»: Наказ Міністерства фінансів України від 20.10.1999 № 246. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99>.
4. Положення про інвентаризацію активів та зобов'язань: Наказ Міністерства фінансів України від 02.09.2014 № 879. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1365-14>.
5. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.

**Polko Ilona**

*Ivan Franko National University of Lviv*

### **AUDIT OF OPERATIONS WITH INVENTORY: METHODOLOGICAL ASPECTS AND BASIC STAGES**

Production inventories are the basis of current assets of the enterprise and often require additional control in order to avoid theft and fraud. The organization and technique of audit of operations with production inventories involves the selection of a system of audit tasks in terms of general strategy, formation of reliable information support, choice of parameters of statements, audit analytical procedures, formation of a logical and structural model.

*Keywords:* audit, auditor, inventories, materiality.

Ольга Пономаренко

Львівський національний університет імені Івана Франка  
olla9572@gmail.com

## РОЛЬ ПРИБУТКОВИХ ПОДАТКІВ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ДОХОДІВ ЗВЕДЕНОГО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ

Бюджет є невід'ємною ознакою держави, оскільки разом з податками забезпечує реалізацію суверенітету шляхом створення фінансової основи для діяльності держави.

Із розвитком ринкових відносин в Україні податкові надходження набувають особливого значення у формуванні доходної частини Зведеного бюджету. Податок на доходи фізичних осіб належить до групи основних бюджетоутворюючих податків та за фіскальною значимістю займає першу позицію в системі прямого оподаткування в Україні, що свідчить про значну роль даного податку у формуванні доходної частини Зведеного бюджету. Однак реформа фіскалізації доходів ФОПів в Україні підняла питання рівня податкового навантаження. Враховуючи, що основну частку надходжень до бюджету формують податкові надходження, аналіз тенденцій податкових надходжень та оцінка податкового навантаження й обумовлюють актуальність теми даного дослідження.

Досліджуючи доходну частину Зведеного бюджету України протягом 2014-2021 років можна побачити позитивну тенденцію. У 2021 році відбулось помітне зростання як загалом доходів бюджету (на 21% порівнюючи з 2020 роком) так і податкових надходжень (на 30% порівнюючи з 2020 роком).

Таблиця 1. Динаміка податкових надходжень до Зведеного бюджету та їх вертикальний аналіз

млн. грн.	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Частка в 2021
Податкові надходження	280178,3	409418	503879	627154	753816	799776	851116	1107090,9	100,00%
Податки на доходи, прибуток та збільшення ринкової вартості	52587,7	79838,3	114155	141945	188624	217040	225976	285307,0	25,77%
Податок на доходи фізичних осіб	12645,8	45062	59810,5	75033,4	91741,8	109954	117281	137555,2	48,21%
Податок на прибуток підприємств	39941,9	34776,3	54344,1	66911,9	96882,3	107086	108695	147751,7	51,79%

Джерело: [1]

Бачимо, що податкові надходження відіграють ключову роль у формуванні доходів Зведеного бюджету, оскільки лише в 2021 році їх частка становила 85,37%. Проте, важливо також дослідити роль саме прибуткових податків, частка яких становить 25,77% всіх податкових доходів. Саме це найчастіше і викликає дискусії з приводу наявного рівня податкового навантаження та нерівномірності доходів громадян. Адже кожен хоче мінімізувати свої податкові зобов'язання, не думаючи про необхідність наповнення бюджетів різних рівнів.

Спочатку розрахуємо податкове навантаження на фонд оплати праці в Україні. Виплачуючи своїм найманим працівникам зарплату офіційно, роботодавець платить 22% ЄСВ, який спрямовується на пенсійне та соціальне забезпечення громадян. Крім цього, роботодавець утримує 18% податку на доходи фізичних осіб і 1,5% військового збору. Таким чином, навантаження на фонд оплати праці складає 41,5% [2].

Податкове навантаження з податку на прибуток підприємств в Україні включає 18 % податку на прибуток підприємств за загальною системою оподаткування, 1,5% військового збор та 22% ЄСВ. Тому загалом становить трішки більше за 41,5%, оскільки крім того є податки на нерухомість, транспортні засоби та акцизний податок, які в процесі діяльності сплачує підприємство.

Як і в більшості країн світу, в Україні справляють податки на споживання. Основним з них є ПДВ за ставкою 20%, який сплачує кожен, хто купує товари чи послуги, як фізичні, так і юридичні особи.

Якщо порівнювати рівень податкового навантаження в Україні й інших європейських країнах (рис. 2), то в нас він на середньому рівні з точки зору податкового оподаткування. Крім ставки оподаткування, важливим складником у досягненні фіскальної ефективності та зростання добробуту населення є ефективність праці [2].

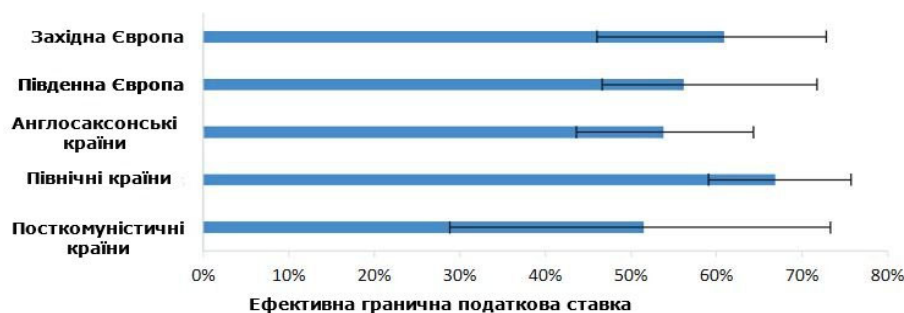


Рис. 2. Ефективна гранична податкова ставка. Джерело: [2]

Протягом останніх років, в Україні постійно відбувається вдосконалення фіскальної політики, зокрема через проведення реформи фіскалізації. В результаті відбулося спрощення процесу оподаткування, запровадження цифрових технологій, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності економіки України, зниженню тіньового сектору, активізації інноваційно-інвестиційних процесів, що мають позитивний вплив на структурні процеси у реальному секторі економіки. Податкові надходження забезпечать своєчасне і повне наповнення доходної бази бюджету та динамічне економічне зростання із підвищенням рівня та якості життя населення. Саме тому українці повинні свідомо ставитися до своїх податкових зобов'язань, аби зробити нашу країну кращою.

Список використаних джерел:

1. Доходи держбюджету України Режим доступу: <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/budget/gov/income/2021/>
2. Чи високі в Україні податки? Порівняння податкових ставок у розвинених країнах світу Режим доступу: <https://texty.org.ua/articles/103913/chy-vysoki-v-ukrayini-podatky-porivnyannya-podatkovyh-stavok-u-rozvyenyh-krayinah-svitu/>

Olha Ponomarenko

Ivan Franko National University of Lviv

THE ROLE OF INCOME TAXES IN ENSURING THE REVENUES OF THE CONSOLIDATED BUDGET OF UKRAINE

The paper reflects the role of tax revenues of the state budget, as well as reveals the problem of tax burden.

Keywords: budget, taxes, tax burden

**Вікторія Прачун**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*

## **ПОРЯДОК ФОРМУВАННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОЇ ЗВІТНОСТІ ДЛЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ**

Бухгалтерська звітність представляє собою систематизоване нагромадження даних, що показують результати фінансово-господарської діяльності підприємства за звітний період, що ґрунтується на даних бухгалтерського та інших видів обліку.

Звітність виконує важливу функціональну роль у системі економічної інформації: вона інтегрує інформацію всіх видів обліку. Методологічно і організаційно звітність є невід'ємним елементом всієї системи бухгалтерського обліку і виступає завершальним етапом облікового процесу, що зумовлює органічну єдність формування показників з первинною документацією та обліковими регістрами.

З метою впорядкування складання звітності її класифікують за такими найбільш поширеними ознаками: змістом і джерелами формування (статистична, фінансова, податкова, внутрішньогосподарська (управлінська) звітність), терміном подання (денна, декадна, недільна, місячна, річна, квартальна), ступенем узагальнення (первинна, зведена), обсягом відображення діяльності (повна, скорочена), періодичністю подання (нормативна, строкова), охопленням видів діяльності (прибуткова, неприбуткова).

Підсумкове узагальнення інформації та одержання підсумкових показників, що характеризують діяльність підприємства, здійснюється шляхом складання звітності за звітний період.

Слід зазначити, що бухгалтерська звітність – це система узагальнення показників, що характеризують господарсько-фінансову діяльність підприємств за попередній період (місяць, квартал, рік).

Бухгалтерська фінансова звітність подається відповідно до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність» [2], а також положень (стандартів) бухгалтерського обліку, нормативно-правових актів, що регламентують питання складання і подання фінансової звітності.

Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» визначаються мета, склад і принципи підготовки фінансової звітності та вимоги до визначення й розкриття її елементів [1].

Значення бухгалтерської звітності полягає в тому, що вона є джерелом інформації про результати господарсько-фінансової діяльності підприємства. За відповідними показниками фінансової звітності підприємства аналізують свою діяльність, одержують інформацію для подальшого її планування в умовах ринкових відносин.

Основне завдання звітності полягає в пошуку резервів подальшого розвитку і вдосконалення діяльності підприємств, досягнення стабільності на ринку.

Звітна інформація вважається практичною, якщо вона здатна вплинути на вартісну оцінку об'єкта або на рішення, яке приймається нині чи прийматиметься в майбутньому.

Отже, метою складання фінансової звітності є надання користувачам для прийняття рішень повної, правдивої та неупередженої інформації про фінансовий стан, результати діяльності та рух коштів підприємства. Щоб досягнути поставленої мети та виконання завдань для задоволення інформаційних потреб користувачів звітність повинна відповідати певним вимогам, а саме:

- бухгалтерський баланс складається за формою, встановленою Міністерством фінансів України;
- у балансі порівнюються дані на початок і кінець звітного періоду;
- статті балансу групуються за певною ознакою;
- не допускається взаємне погашення активів і пасивів балансу;
- статті балансу відображають дані бухгалтерського обліку відповідно до фактичної наявності за результатами інвентаризації;
- оцінка статей здійснюється відповідно до положень національних облікових стандартів.

Таким чином, фінансова бухгалтерська звітність є кінцевим результатом облікового циклу та важливим елементом інформаційного забезпечення управління підприємством

### *Список використаних джерел:*

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: Наказ Міністерства фінансів України від 28.02.2013 р. № 73/ Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text>
2. Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 р. № 996-14/ Верховна Рада України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14>
3. Кім Ю. Г. Бухгалтерський та податковий облік: первинні документи та порядок їх заповнення: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2015. 600 с.
4. Скоробогатова Н. Є. Бухгалтерський облік : навч. посіб. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2017. 245 с.
5. Сук Л. К., Сук П. Л. Фінансовий облік : навч. посіб. Київ, 2015. 631с.

**Victoria Prachun**

*Ivan Franko National University of Lviv*

*victoria.prachun@lnu.edu.ua*

### **THE PROCEDURE OF ACCOUNTING STATEMENTS FORMATION FOR ENTERPRISE MANAGEMENT**

Reporting plays an important functional role in the system of economic information: it integrates information of all types of accounting. Methodologically and organizationally, reporting is an integral part of the entire accounting system and is the final stage of the accounting process. The main task of reporting is to search for reserves for further development of enterprise.

*Keywords:* financial statements, accounting standards, economic information, enterprise management.

Анастасія Приймук

Львівський національний університет імені Івана Франка

anastasia.pryimuk@gmail.com

## ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ОЛІГОПОЛІСТИЧНИХ РИНКІВ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ НА ПРИКЛАДІ РИНКУ ТЮТЮНОВИХ ВИРОБІВ

**Постановка проблеми:** В сучасній практиці формування конкурентних відносин на товарних ринках України, деякі фірми, маючи на меті розширення сфери свого впливу на ринку та шукаючи шляхи для одержання надприбутку, вдаються до антиконкурентних узгоджених дій та методів. Відтак, рівень концентрації значної частки того чи іншого ринку декількома домінуючими фірмами в багатьох галузях української економіки є досить поширеним явищем, що унеможливило розвиток сприятливого конкурентного середовища та дає можливість розвиватись фірмам-олігополістам. Український ринок тютюнових виробів представлений чотирма найбільшими гравцями, які переслідуючи власні інтереси, перешкоджають чи зовсім усувають конкуренцію шляхом об'єднання у різного роду олігополістичні структури та встановлення штучних бар'єрів для входу на ринок нових суб'єктів господарювання.

**Мета:** Аналіз особливостей функціонування олігополістичного ринку тютюнових виробів в Україні та дослідження інструментів регулювання державою діяльності фірм на даному ринку.

**Вклад матеріалу:** Український ринок тютюнових виробів є типовим прикладом функціонування олігополістичного ринку. Найбільшими гравцями у галузі є ПРАТ Філіп Морріс Україна (далі ФМУ), АТ В.А.Т. – Прилуки (далі В.А.Т.), ПАТ Джей Ті Інтернешнл Україна (далі ДжТІ) та ПРАТ Імперіал Тобако Продакшн Україна (далі ІТП). За даними дослідження маркетингової компанії Nielsen, станом на лютий 2022 року вищепераховані підприємства мають наступні частки на українському ринку тютюнових виробів: ФМУ – 37.6%, В.А.Т. – 26.8%, ДжТІ – 22.8%, ІТП – 12.6%, залишивши решті учасників ринку частку 0.2%[1]. Відповідно до статті 12 Закону України «Про захист економічної конкуренції» монополієм або домінуючим вважається становище кожного з кількох суб'єктів господарювання, якщо сукупна частка не більше ніж п'яти компаній, яким на одному ринку належать найбільші частки, перевищує 70% і вони не зазнають значної конкуренції[2]. Загалом, сукупна частка фірм-лідерів на ринку за даними станом на лютий 2022 року перевищувала 70% і склала 99.8%. Отже, можна стверджувати, що кожна з чотирьох компаній-виробників тютюнових виробів займає домінуючу позицію на ринку, а ринок тютюнових виробів в Україні є олігополістичним.

В економіці фірми, які володіють ринковою владою, можуть цілеспрямовано маніпулювати кількістю та концентрацією суб'єктів господарювання на ринку. Ускладнити або унеможливити вхід на ринок новим фірмам, покликане зведення стратегічних бар'єрів входу, до яких відносять стратегічне ціноутворення, що обмежує вхід, відповідну політику у сфері витрат на дослідження, інновації, патентну діяльність, вертикальну інтеграцію, поглиблення диференціації товару тощо[3].

Збільшення контролю над ринком може бути досягнуто шляхом придбання конкурента або створення ідеальної змови, таким чином, що її учасники, приймаючи однакову поведінку на ринку, діятимуть як єдине ціле. Одним з найпоширеніших випадків узгоджених дій та змов задля колективного контролю над конкуренцією, виробництвом, цінами на ринку чи у галузі є картель. Найбільшим та найсуперечливішим в Україні є тютюновий картель утворений дистриб'ютором-монополістом «Тедіс Україна» та чотирма фірмами-лідерами виробництва та оптової торгівлі тютюновими виробами. Так, починаючи з 2013 року ФМУ, В.А.Т., ДжТІ та ІТП підтримують договірні відносини у розповсюдженні тютюнових виробів з ТОВ «Тедіс Україна» як єдиним спільним для всіх компаній-лідерів дистриб'ютором на ринку первинного продажу сигарет[4]. Зокрема, вдаючись до змови та узгоджених антиконкурентних дій фірми створили та підтримують штучні бар'єри для входу на ринок первинного продажу інших суб'єктів господарювання. В результаті, підприємства, які мають намір увійти на ринок дистрибуції сигарет повинні окрім адміністративних бар'єрів, на кшталт ліцензування виробництва та оптової і роздрібною реалізації тютюнових виробів, замовлення та закупівлі марок акцизного податку, реєстрації місць зберігання тощо, зіштовхнутись ще з низкою перешкод, як-от відповідність певним критеріям та завищеним умовам для укладення договорів із потенційними дистриб'юторами. Окрім створення несприятливого конкурентного середовища та обмежень для входу на ринок нових фірм, дистриб'ютор «Тедіс Україна» перепродає тютюнові вироби на доступних тільки йому ексклюзивних умовах та з власною націнкою.

Боротьбу з картельною змовою тютюників держава в складі Антимонопольного комітету України (далі АМКУ) розпочала у 2016 році, наклавши на дистриб'ютора «Тедіс Україна» штраф у розмірі 431 млн грн за вчинення порушень конкурентного законодавства, повний розмір якого відповідачем було сплачено до державного бюджету протягом декількох років. Згодом, у 2019 році було викрито картельну змову між дистриб'ютором та чотирма найбільшими учасниками тютюнового ринку і накладено рекордну суму штрафу загалом у розмірі 6.5 млрд грн, з яких 3.4 млрд грн на «Тедіс Україна» та 3.1 млрд грн на фірм-лідерів[5]. Після довгих судових процесів з елементами бюрократизації, затягувань, апеляційних скарг та позовів, зрештою, у лютому 2021 року Верховний Суд України визнав недійсним рішення АМКУ та звільнив усіх учасників даної справи від сплати мільярдного штрафу. У березні 2021 року АМКУ було порушено нову справу і накладено штраф у розмірі 274 млн грн на компанію «Тедіс Україна» за невиконання у повному обсязі у визначений термін рішення Комітету від 2016 року[6]. Наразі компанія оскаржує штраф у Господарському суді міста Києва, який відкрив провадження у справі.

**Висновок.** Отже, за результатами проведеного дослідження, можна зробити висновок, що ринок тютюнових виробів в Україні за своїми особливостями функціонування є олігополістичним, а домінуючі фірми в пошуках одержання надприбутку вдаються до антиконкурентних узгоджених дій. В свою чергу держава у складі АМКУ притягує до відповідальності порушників накладанням штрафних санкцій, проте через бюрократизацію та процесуальні хитрощі дані заходи не характеризуються бажаною ефективністю та результатом.

*Список використаних джерел:*

1. Nielsen Annual Marketing Report 2022. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.nielsen.com/us/en/insights/report/2022/nielsen-annual-marketing-report-era-of-alignment/>
2. Закон України «Про захист економічної конкуренції», редакція від 13.02.2020. Офіційний веб-портал парламенту України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14?find=1&text=%D1%F2%E0%F2%F2%FF#w126>
3. Островерх П.І., Моряк Т.П., Остафійчук С.П. Теоретико-методологічні засади аналізу антимонопольної політики держави/ П.І.Островерх, Т.П. Моряк, С.П. Остафійчук// Формування ринкової економіки в Україні. – Випуск 44. – Львів – 2020. - С.140-151 (с.144)
4. Рішення Антимонопольного комітету України №551-р від 16 грудня 2016р. Офіційний веб-портал Антимонопольного Комітету України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.amc.gov.ua/amku/doccatalog/document?id=132357&schema=main>
5. Річні звіти 2016-2020рр. Офіційний веб-портал Антимонопольного Комітету України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://amcu.gov.ua/pro-nas/zvitnist/riczni-zviti>

6. Заява Антимонопольного комітету України від 17 березня 2021р. Офіційний веб-портал Антимонопольного Комітету України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://amcu.gov.ua/news/amku-oshtrafuvav-tov-tedis-ukrayina-na-274-mln-grn-za-vikonannya-rishennya-komitetu-ne-v-povnomu-obsyazi>

**Anastasia Pryimuk**

*Ivan Franko National University of Lviv*

PECULIARITIES OF FUNCTIONING OF OLIGOPOLISTIC MARKETS IN UKRAINIAN ECONOMY ON THE EXAMPLE OF TOBACCO MARKET

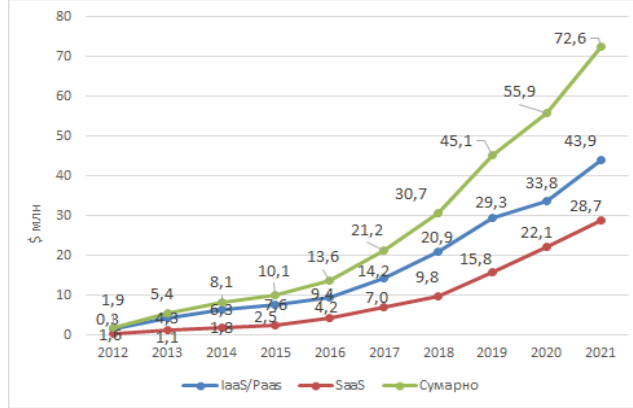
*Abstract:* In the article is investigated the behavior and actions of the largest players on the tobacco market in Ukraine and the grounded instruments that Anti-Monopoly Committee of Ukraine used to regulate the competition.

*Keywords:* oligopoly, oligopolistic market, tobacco market, Anti-Monopoly Committee of Ukraine, competition.

**Ірина Радзевич**  
 Львівський національний університет імені Івана Франка  
 Radzevychirynka@gmail.com  
**РОЗВИТОК ХМАРНОГО РИНКУ В УКРАЇНІ**

Хмарні сервіси для українського бізнесу – це нове випробування. Раніше вважалося, що їх використання можливе більше в розвинутих країнах. Але 2020 рік змусив змінити ставлення до цього питання.

Розвиток хмарного сегменту в Україні тримає хвилю з міжнародними тенденціями, і якщо ж технологічні тренди впроваджуються у нас з деяким запізненням, то економічна динаміка, як мінімум, не відстає від світової. Тематичне дослідження ринку, проведене журналом «С&Б» [1, с.35], показало, що сумарний продаж хмарних сервісів всіх типів в Україні в 2020р. склав 55,9\$ млн, із яких 33,8\$ припало на сегмент IaaS (з невеликою часткою PaaS), і 22,1\$ складала частка SaaS. Результати цього дослідження та динаміку використання Україною хмарних сервісів впродовж 2012 – 2021рр. представлена на рис.1.

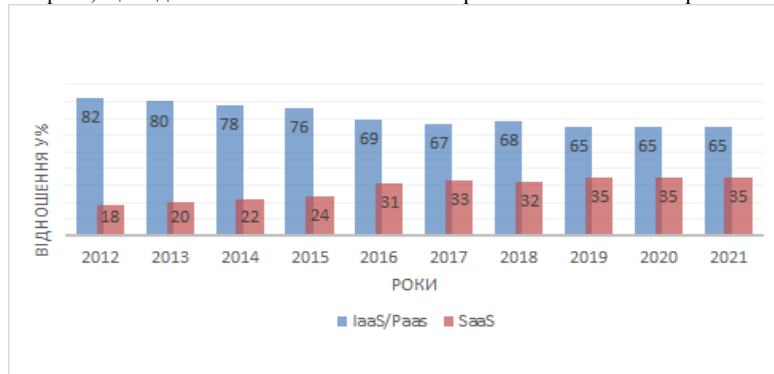


**Рис.1** Динаміка українського ринку корпоративних хмарних сервісів, \$ млн

Джерело [1, с.35]

В цілому, незважаючи на наслідки пандемії, український хмарний ринок в 2021 р. виріс на 24% в порівнянні з 2019 р. В цьому велику роль відіграло те, що в умовах карантинних обмежень багато організацій перейшли на віддалений тип роботи, що спровокувало попит на різні хмарні сервіси [1, с.35].

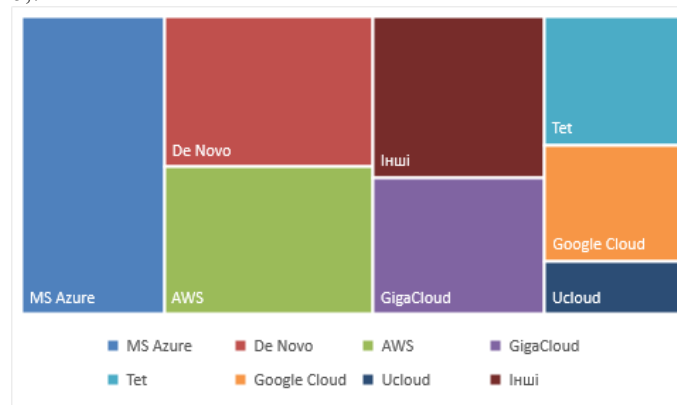
На рис. 2 помітно цікавий факт, що відношення IaaS/ PaaS і SaaS сервісів залишилось на рівні 2019 р.



**Рис.2** Відношення хмарних сервісів IaaS/PaaS і SaaS, у % на українському корпоративному ринку

Джерело [1, с.35]

П'ятірка лідерів хмарного сегменту в Україні станом на 2021 р. така: Microsoft Azure, De Novo, AWS, GigaCloud і Tet. Якщо ж брати до уваги виключно українських сервіс-провайдерів, то в такому випадку: De Novo, GigaCloud, UCloud, Tucha та «Парковий» [1, с.36]. Найбільша частка ринку припадає на сервіси MS Azure – 21,6%. De Novo, лідер серед українських IaaS-операторів, займає 16%, а на другій позиції AWS – 15,7%.



**Рис.3** Частки головних учасників українського ринку корпоративних IaaS-сервісів в 2020 р.,%

Джерело [1, с.36]

Можна припустити, що ринок хмар збільшиться вдвічі найближчими роками. Висока динаміка росту, скоріш за все, спровокує загострення конкуренції, що позитивно вплине на позиції компаній із різних сфер економіки.

Звичайно, що зміна бізнес-моделей має ряд переваг, такі як: появи нових відділів у компаніях, залучення нових працівників. Проте кожна четверта компанія, яка працює у сфері виробництва, повідомляє про те, що відсутність досвіду та навичок є основною перешкодою на шляху до змін [2]. Таким чином, на думку більшості виробників, підвищення кваліфікації існуючих працівників буде основною відповіддю на перешкоди цифрової трансформації.

*Список використаних джерел:*

1. De Novo. Системна інтеграція в Україні – відновлення після спаду. С.35.URL: <https://drive.google.com/file/d/1-6KP3Jo8o0vCkF6VyH5PLF8oHDitBBC5/view?usp=sharing>.
2. Дослідження можливостей цифровізації для виробництва: веб-сайт.URL:<https://ua.ifsukraine.com/doslidzhennya-mozhливostej-cifrovizaci%D1%97-dlya-virobnictva-ch-3/>.

**Iryna Radzevych**

*Ivan Franko National University of Lviv*

DEVELOPMENT OF THE CLOUD MARKET IN UKRAINE

Cloud services for Ukrainian business are a new test. It was previously thought that their use is possible more in developed countries. But 2020 has forced a change in attitudes to this issue.

*Keywords:* cloud services, transformation, digitization.

**Василь Радик**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*  
*radikvasyl@gmail.com*

## **ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ОПОДАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ**

Зростання ролі екології у соціально-економічному розвитку як в Україні так і в міжнародному просторі зумовлює необхідність формування дієвої системи забезпечення раціонального використання природних ресурсів, збереження навколишнього природного середовища та фінансування природоохоронних заходів. Ключовим інструментом держави, який забезпечує виконання поставлених завдань, є екологічне оподаткування.

Сучасна вітчизняна система екологічного оподаткування не є комплексною та не забезпечує ефективного виконання екологічним податком своїх функцій, а отже недостатньо впливає на процеси формування доходів бюджетів і забезпечення збереження довкілля. У зв'язку з цим виникає необхідність пошуку шляхів удосконалення екологічного оподаткування з метою зростання його ролі у національній економіці України.

Основними проблемами екологічного оподаткування в Україні є [3, с. 582]:

- недостатнє цільове спрямування екологічного податку та нераціональний розподіл екологічних податкових надходжень між бюджетами різних рівнів;

- екологічний податок недостатньо ефективно виконує фіскальну функцію. Податкові надходження з екологічного податку є недостатніми з огляду на необхідність формування дохідних статей бюджетів, а видатки Зведеного бюджету на природоохоронні заходи майже вдвічі перевищують їх;
- низькі ставки екологічного податку, які не стимулюють суб'єктів господарювання модернізувати своє виробництво та використовувати альтернативні джерела енергії з метою зменшення негативного екологічного впливу на довкілля.

На нашу думку для вдосконалення екологічного оподаткування в Україні необхідно впровадити наступні заходи:

- збільшити частку екологічного податку, яка підлягає розподілу між рівнями бюджетної системи на користь місцевих бюджетів або суцільно перевести екологічний податок до складу місцевого оподаткування у контексті децентралізації виконання пов'язаних із ним завдань;

- збільшити процентні ставки екологічного податку з урахуванням диференційованого підходу та запровадити прогресивну шкалу оподаткування відповідно до обсягів забруднення чи викидів у навколишнє природне середовище – обсяг сплаченого податку має бути не менший обсягу шкоди або негативного ефекту, нанесених платником екологічного податку на довкілля у процесі здійснення своєї діяльності [1, с. 21-22];

- забезпечити зростання частки спрямування надходжень екологічного податку до спеціального фонду бюджету з метою цільового використання таких коштів для реалізації природоохоронних заходів – надходження екологічного податку мають не просто покривати витрати бюджету на захист природного середовища, але й перевищувати їх;

- на законодавчому рівні визначити перелік заходів на фінансування яких можуть спрямовуватися фінансові ресурси бюджетів, сформовані за рахунок надходжень екологічного податку;

- посилити контроль органів державної влади та органів місцевого самоврядування за правильністю сплати екологічного податку платниками до бюджетів різних рівнів та за доцільністю і напрямками використання сформованих фінансових ресурсів;

- забезпечити зниження рівня корупції у органах, пов'язаних із проведенням природоохоронних заходів та організацією нагляду за станом довкілля в Україні, а також безпосередньо залучених у процес сплати та контролю за сплатою необхідних розмірів екологічного податку до бюджету;

- розробити і впровадити методологію оцінки екологічного стану конкретних територій з метою забезпечення формування науково обґрунтованої диференціації ставок екологічного податку з урахуванням ступеня екологічної забрудненості регіонів;

- використання принципу переваги превентивних заходів у процесі реалізації екологічної політики держави згідно з яким природоохоронні заходи мають у першу чергу бути пов'язані із попередженням можливого забруднення довкілля, а не з боротьбою із його наслідками. У межах системи екологічного оподаткування це може бути пов'язане із стимулюванням впровадження суб'єктами господарювання інноваційних технологій з урахуванням екологічного ефекту на навколишнє середовище, надання податкових пільг та відшкодувань сум сплаченого екологічного податку для підприємств, які реалізують природоохоронні заходи та впроваджують екологічно безпечні практики господарювання;

- забезпечити підвищення рівня екологічної свідомості населення та суб'єктів господарювання через впровадження заходів відповідної інформаційної політики;

- розширити перелік об'єктів екологічного оподаткування з урахуванням досвіду зарубіжних країн [2, с. 110];

- забезпечити поширення реалізації проектів публічно-приватного партнерства у сфері охорони навколишнього природного середовища.

Реалізація запропонованих заходів дозволить не тільки підвищити фіскальну значущість екологічного податку у податковій системі України, але й забезпечити раціональне природокористування, сприятиме екологізації національної економіки, збереженню природного середовища та покращенню якості екологічного стану довкілля.

*Список використаних джерел:*

1. Кравців В.С., Жук П.В. Екологічне оподаткування в Україні у європейському вимірі. *Фінанси України*. 2020. № 6. С. 8-24.
2. Нікола С.О., Гусев А.О. Екологічне оподаткування як інструмент державного впливу на економіку природокористування. *Держава та регіони*. 2020. № 4(115). С. 108-111.
3. Самусевич Я.В., Солодуха М.В., Теницька І.А. Перспективи реформування системи екологічного оподаткування в Україні з урахуванням досвіду ЄС. *Інфраструктура ринку*. 2018. № 25. С. 579-586.

**Vasyl Radyk**

*Ivan Franko National University of Lviv*

### **PROBLEMS AND PROSPECTS OF ENVIRONMENTAL TAXATION DEVELOPMENT IN UKRAINE**

The article identifies the main problems of national environmental taxation system and is devoted to proposing a set of measures, implementation of which by the state government would help increase the role of environmental taxation and thus help not only provide additional financial resources to the consolidated budget of Ukraine, but also improve the ecological quality of environment and prevent excessive pollution.

*Keywords:* environmental taxation, environmental tax, environmental protection, tax system



Олеся Радух, Марта Петик

Львівський національний університет імені Івана Франка

radykholesia@gmail.com, marta.petyk@lnu.edu.ua

## СУЧАСНИЙ СТАН ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

Фінансова безпека будь-якої країни є ключовою складовою її економічної безпеки, особливо на сучасному етапі розвитку світового господарства. Фінансова безпека держави – це комплексне поняття, що об'єднує окремі елементи. Так складовими фінансової безпеки України є: бюджетна, податкова, боргова, банківська, валютна, грошово-кредитна, інвестиційна, страхового та фондового ринку.

Основна мета фінансової безпеки держави – ефективне використання державних ресурсів для запобігання фінансовим загрозам і забезпечення сталого розвитку й функціонування економіки в майбутньому [2].

Протягом останніх 10 років стан фінансової безпеки України (при середньому значенні оцінки стану фінансової безпеки за цей період на рівні 42% від оптимального рівня [4]) визначали як незадовільний через постійний дефіцит державного бюджету та пов'язане з цим значне боргове навантаження, не достатній розвиток довготермінового інвестиційного кредитування економіки та фондового ринку. У 2014-2016 роках вітчизняна економіка відчула негативні наслідки вияву зовнішньої загрози порушення територіальної цілісності нашої країни, демонструючи незрілість фінансової системи України на тлі низької фінансової культури у суспільстві.

За підсумком 2019 року рівень фінансової безпеки України зменшився на 4 в.п. (порівняно з 2018 роком) до 42% та на 3 в.п. до 38% за підсумками першого півріччя 2020 року порівняно з рівнем у першому півріччі 2019 року. Зауважимо, що результати, наведені у Звіті про фінансову стабільність, підготовленому Національним банком України, засвідчили, що рівень фінансової безпеки був достатнім для забезпечення виконання фінансовим сектором його функцій належним чином та успішного проходження коронакризи.

Сьогодні головними загрозами у сфері забезпечення фінансової безпеки України є:

- зменшення податкових надходжень до державного та місцевих бюджетів унаслідок звуження податкової бази й нагромадження податкового боргу. У зв'язку з бойовими діями, а, відтак, міграцією населення та переміщенням частини промислових підприємств або навіть їх знищенням понад половина податкових платежів перебуває у зоні ризику;

- неспроможність фіскальних органів повноцінно виконувати свої функціональні обов'язки на значній території через ризики та загрози: безпеці працівників; знищення будівель, комп'ютерного обладнання, баз даних та/або робочих документів; неможливість потрапляння працівників на робочі місця. Крім того, через гуманітарні проблеми існує ризик погіршення взаємодії податкових та митних органів із територіальними органами казначейства та/або місцевими фінансовими органами для забезпечення бюджетного процесу;

- неспроможність України здійснювати рефінансування державного та гарантованого державою боргу (передусім зовнішнього) на відкритому ринку;

- зменшення обсягу міжнародних резервів унаслідок значного скорочення експорту, що обмежуватиме надходження в країну іноземної валюти;

- зростання інфляції як наслідок скорочення обсягів промислового виробництва, зниження виробництва сільгосппродукції, логістичних проблем, ажіотажного попиту населення на споживчі товари на тлі активного рефінансування банків, що збільшує грошову масу;

- скорочення ресурсної бази банків внаслідок вилучення коштів до запитання (зарплатних, пенсійних та інших видів поточних рахунків) і строкових вкладів населення (після закінчення термінів дії угод), а також коштів юридичних осіб;

- збитковість банківської системи, викликана скороченням доходів від кредитної та іншої операційної діяльності та зростанням витрат на формування страхових резервів за «новими» NPL;

- скорочення капіталу банків внаслідок їхньої збитковості, що погіршуватиме їхню фінансову стійкість, обмежуватиме можливості здійснювати активні операції та провокуватиме порушення нормативів Національного банку України;

- зниження рівня фінансової інклюзії внаслідок закриття значної кількості відділень банків, складнощів із підкріпленням готівкою банкоматів, обмеження доступу до транспортної інфраструктури, електропостачання, стаціонарного та мобільного інтернету в зонах бойових дій та на прилеглих територіях;

- недостатність або повна відсутність фінансових ресурсів у суб'єктів господарювання для забезпечення відтворювального процесу та інвестиційної діяльності;

- недосконалість і суперечливість законодавства у фінансовій сфері, що призводить до послаблення її регулювальних функцій, криміналізації економічних відносин;

- слабкість грошово-кредитної системи, яка проявляється в недостатності обігових коштів, низькому рівні платіжної дисципліни, значних обсягах внутрішньої заборгованості; підтримання штучного курсу національної валюти за рахунок переважно монетарних важелів, що стримує розвиток національної економіки і призводить до поширення «тіньової» економіки;

- розбалансованість структури зовнішньої торгівлі, значний обсяг зовнішнього боргу, зростання впливу транснаціонального капіталу на вітчизняну економіку;

- низький рівень бюджетної дисципліни, низька інституційна спроможність розпорядників бюджетних коштів розробляти плани діяльності більш як на один рік, обмежені зв'язки між бюджетним плануванням та пріоритетними напрямками розвитку держави;

- невирішені питання активів та фінансових зобов'язань на тимчасово окупованих територіях;

- недостатній розвиток довгострокового кредитування;

- значна частка непрацюючих кредитів у кредитному портфелі банків, у тому числі державного сектору;

- недосконала застаріла система пенсійного забезпечення;

- низький рівень ліквідності фондового ринку, захисту прав інвесторів поряд із недостатньою спроможністю регулятора протидіяти зловживанням на ринку.

Фінансова система є залежною від зовнішнього впливу і нездатна захищати національні інтереси та фінансову стабільність в умовах подальшого поширення глобалізації світового господарства. І хоча рівень фінансової безпеки у 2020 році досяг найвищого значення, мають місце потенційні ризики та загрози, наявність яких не дозволяє казати про стабільність фінансової безпеки України в довгостроковій або навіть середньостроковій перспективі.

*Список використаних джерел:*

1. Актуальні загрози та ризики фінансовій безпеці України // Національний інститут стратегічних досліджень [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/monitorynh-aktualnykh-ryzykiv-dlya-finansovoyi-bezpeky-2402-7042022-roku> (дата звернення 10.05.2022 р.)

2. Глуценко В.В. Економічна безпека фінансових установ : монографія / В.В. Глуценко, Г.О. Дорошенко, Н.О. Дорошенко. – Х. : Щедра садиба плюс, 2014. – 232 с.

3. Моніторинг актуальних ризиків для фінансової безпеки (24.02 – 7.04.2022 року) [Електронний ресурс]- режим доступу: <https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/monitorynh-aktualnykh-ryzykiv-dlya-finansovoyi-bezpeky-2402-7042022-roku> (дата звернення 10.05.2022 р.)

4. Указ Президента України №347/2021 Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 11 серпня 2021 року «Про Стратегію економічної безпеки України на період до 2025 року». [Електронний ресурс]- режим доступу: <https://www.president.gov.ua/documents/3472021-39613> (дата звернення 10.05.2022 р.)

**Radykh Olesia, Marta Petyk**

*Ivan Franko national university of Lviv*

#### THE CURRENT STATE OF FINANCIAL SECURITY OF UKRAINE

The purpose of the article is to study the current state of financial security of Ukraine. In the process of research the following were used: general scientific methods, in particular: generalization methods — to study the peculiarities of the current state of financial security of Ukraine; systematic approach — to substantiate the factors that have had and continue to affect the financial security of Ukraine.

The scientific novelty is to determine the general state of financial security of Ukraine. The results of the study are aimed at improving the principles of financial security management of the country and its components, ensuring their high level, taking into account trends and patterns of their development.

*Keywords:* financial security, world economy, country, factor, risk, indicator, index, state.

**Ірина Рачинська**

*Львівський національний університет імені Івана Франка  
rachynskaaa@gmail.com*

## **ГЕНЕЗИС ВЗАЄМНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ**

Страховання є економічною категорією і входить до складу фінансової системи держави. Найдавнішим способом страхового захисту в Україні, як і в усьому світі, є взаємне страховання.

Взаємне страховання – це одна з форм захисту, яка базується на домовленості певної групи і пов'язана з відшкодуванням збитків, які виникають в результаті випадкових обставин. Страховання в такому випадку здійснюється на підставі користування страховим фондом, який складається з внесків учасників процесу. Кожен страхувальник в такому випадку є членом страхового товариства і несе відповідальність за виконання тих чи інших операцій.

Взаємне страховання є «специфічною некомерційною формою організації страхових операцій, при яких страховий фонд створюють на неприбутковій основі» [1, с.63]. Метою взаємного страховання є надання страхового захисту шляхом об'єднання страхувальників.

В Україні взаємне страховання отримало розвиток у чумаків. Заміна, наприклад, померлого вола лягала за домовленістю рівномірним тягарем на всіх чумаків, і не призводила до розорення одного з них.

Устрій і організація Запорізької Січі спочатку припускали взаємовиручку і взаємодопомогу. Тому різні форми взаємного страховання можна знайти і там [2].

Якщо досліджувати розвиток взаємного страховання в Україні історично, то слід зазирнути також і на початок XIX сторіччя. Адже в цей час в основному з'ясувалися переваги і недоліки як взаємного, так і акціонерного страховання. Ринкові відносини і підприємницька активність спонукала заснування акціонерно-пайових компаній, що мало принести великі доходи їх власникам. Взаємне страховання під впливом конкуренції трансформувалося в проміжні форми. Виникли взаємні товариства, які мали пайовий капітал, що надалі підлягав погашенню шляхом викупу акцій у власників.

В роки НЕПу Укркоопстрах діяв на засадах взаємного страховання і здійснював страховання всіх видів свого майна на Україні. В 1931 році він був ліквідований, а його операції були поглинуті Держстрахом СРСР.

Починаючи з 70 років XX століття самострахування набувало окремої організаційної форми, а інституційна форма управління наближала його до професійних страховиків. Відродження кооперативного страховання пов'язане з прийняттям у 1988 році Закону «Про кооперацію в СРСР», згідно якого кооперативам і їх об'єднанням було дозволено утворювати кооперативні страхові установи, визначати умови, порядок і види страховання.

З початком становлення незалежності України правові засади діяльності товариств взаємного страховання в Україні обмежуються ст. 14 Закону України «Про страховання» від 07.03.1996 р.[3], ч. 3 ст. 352 Господарського кодексу України і Тимчасовим Положенням про товариства взаємного страховання, затвердженим Постановою Кабінету Міністрів України від 01.02.1997 р. № 132. Положення про взаємне страховання у відповідній главі Цивільного кодексу України відсутні. Правова регламентація взаємного страховання, по суті, зводиться до надання права створювати товариства взаємного страховання.

Водночас, в Україні станом на 01.05.2022 р. не зареєстровано жодного товариства взаємного страховання, що здійснюють страховання на неприбутковій основі. Діючі страхові компанії зареєстровані у формі підприємницьких товариств і мають на меті одержання прибутку.

Отже, однією із форм організації страховання в Україні є взаємне страховання, особливістю якого є взаємний обмін ризиками без отримання прибутку. Взаємне страховання в Україні зародилося в часи чумацтва. Найбільш поширеними товариствами взаємного страховання були у XX столітті. Однак, від становлення незалежності і до сьогодні в Україні не зареєстровано жодної організації, яка б функціонувала на засадах такої організаційної форми, як взаємне страховання.

### *Список використаних джерел:*

1. Пліса В.Й. Страховання : підручник, 3-тє видання, випр. й доп. Київ : Каравела, 2021. 440 с.
2. Про відродження інституту взаємного страховання в Україні. [Електронний ресурс]. URL: <https://daily.rbc.ua/ukr/show/vozrozhdenii-institutu-vzaimnogo-strahovaniya-1433924831.html>
3. Про Страховання : Закон України від 07.03.1996. № 85/96-ВР / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/85/96-%D0%B2%D1%80?find=1&text=%D0%B2%D0%B7%D0%B0%D1%94%D0%BC%D0%BD%D0%B5#Text> (дата звернення: 20.04.2022).

**Iryna Rachynska**

*Ivan Franko National University of Lviv*

### **GENESIS OF MUTUAL INSURANCE IN UKRAINE**

Mutual insurance is the oldest way of insurance protection in Ukraine, as well as in the whole world. It is a specific non-commercial form of organization of insurance operations in which the insurance fund is created on a non-profit basis. Mutual insurance as an organizational form in Ukraine developed from the Chumaks until the end of the twentieth century. In the insurance market of modern Ukraine, the legal basis of mutual insurance is insufficiently regulated.

*Keywords:* insurance; mutual insurance; Mutual Insurance Company.

**Антон Регеша**

Львівський національний університет імені Івана Франка, УКРАЇНА, м. Львів, просп. Свободи, 18

E-mail: arehesha@gmail.com

## ОЛГОПОЛІЯ В ЄВРОПЕЙСЬКОМУ КЛУБНОМУ ФУТБОЛІ

З часів Стародавньої Греції спортивні змагання привертають до себе неабияку увагу суспільства. Сьогодні спортивна сфера успішно продовжує свою діяльність та щороку збільшує власну аудиторію. Однак, все частіше постає питання, чи залишились в основі спортивних змагань її невід’ємні складові: чесна гра та вільна конкуренція. Висхідна тенденція до залучення бізнесу та “великих грошей” в спорт створює нерівність між учасниками змагань. Це особливо помітно в найбільш популярних змаганнях, зокрема в європейському клубному футболі.

Схильність до нерівномірної конкуренції проглядається ще на рівні національних асоціацій. Якщо подивитись на рейтинг європейських ліг УЄФА за клубним коефіцієнтом, то лідерами зі значним відривом є Англія, Іспанія, Італія, Німеччина та Франція (так звана Велика п’ятірка (“Big5”)) [1]. Схожа ситуація і з основним фінансовим показником – доходом. Ліги Великої п’ятірки генерують близько 75% доходу усіх європейських ліг (табл.1). Розрахунок індексу Герфіндала–Гіршмана засвідчив середній рівень концентрації на ринку. Значення індексу за період 2018–2020 років коливалось в межах 1300–1350 одиниць, причому спостерігалась тенденція до його зниження, але це пов’язано з кризою пандемії COVID-19, яка суттєво вдарила по великих клубах та лігах.

Таблиця 1

**Розподіл доходу ліг топ-5 футбольних асоціацій у 2018–2020 роках, млн євро**

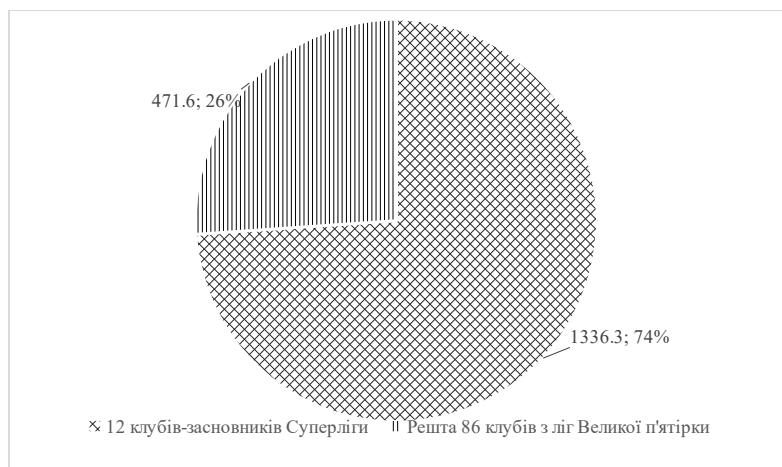
Асоціація	2018		2019		2020	
	Дохід	Частка	Дохід	Частка	Дохід	Частка
Англія	5439	25,8%	5864	25,5%	5168	25,0%
Іспанія	3145	14,9%	3437	15,0%	3266	15,8%
Німеччина	3156	15,0%	3344	14,6%	3060	14,8%
Італія	2307	10,9%	2595	11,3%	2052	9,9%
Франція	1694	8,0%	1892	8,2%	1680	8,1%
Решта	5344	25,3%	5838	25,4%	5424	26,3%

Джерело: розраховано на основі [3; 154].

Такий стан конкуренції в розрізі національних асоціацій відображається на конкурентності окремих футбольних клубів, зокрема в міжнародних клубних змаганнях. Якщо поглянути на кількість клубів, які впродовж останніх 10 сезонів виходили в плей-офф стадії Ліги Чемпіонів УЄФА (найпрестижнішого європейського клубного турніру), то з 16 клубів, що вийшли в плей-офф у сезоні 2011/2012, аж 5 клубів представляли не “топ-5” асоціацій, тоді як в останні сезони таких клубів було не більше 2-х [4]. Успіхи на євроарені є надзвичайно важливими для клубів, адже саме до цих змагань прикута увага більшості вболівальників. Такий інтерес не залишається непоміченим і серед рекламодавців, що відбивається на доходах клубів.

Порівнюючи джерела доходів усіх європейських клубів, варто відзначити, що основними є надходження від продажу телеправ (34%), комерційні доходи (33%), та доходи від продажу квитків (12%) [3; 80]. При цьому, якщо поглянути на структуру доходів топ-клубів, таких як, наприклад, ФК Реал Мадрид, то спостерігається ще більша поляризація джерел генерації доходу. Зокрема, структура доходів ФК Реал Мадрид наступна: комерційні доходи (49%), доходи від продажу телеправ (31%), а від продажу квитків лише 2% [2; 9]. Такий розподіл демонструє, що основний акцент топ-клубів зміщується на збільшення доходів з комерційного напрямку та від продажу телеправ.

Задля того, щоб збільшити власні доходи, топ-клуби готові скористатися своєю монополюю владою та здійснити “революцію” в європейському клубному футболі. У квітні 2021 року, 12 європейських клубів (“Манчестер Сіті”, “Манчестер Юнайтед”, “Тоттенгем Хотспур”, “Арсенал”, “Челсі”, “Ліверпуль” (всі – Англія), “Інтернаціонале”, “Мілан”, “Ювентус” (всі – Італія), “Атлетико”, “Реал Мадрид”, “Барселона” (всі – Іспанія)) оголосили про створення власного клубного турніру на заміну Ліги Чемпіонів УЄФА – Суперліги. Девіз “Найкращі клуби. Найкращі гравці. Щотижня” чудово демонструє ідею нового турніру – змагання найсильніших клубів Європи, які привертають увагу ще більшої кількості вболівальників і, відповідно, збільшують дохід від продажу телеправ та комерційний дохід. Такий крок став дуже неочікуваним та отримав суттєвий опір зі сторони футбольних вболівальників та, навіть, чиновників. І за декілька днів під суспільним тиском клуби відклали ідею втілення проекту Суперліги.



**Рис.1 Порівняння аудиторії клубів в соціальних мережах, млн осіб [5]**

Однак, розмови про її створення продовжуються. Клуби-засновники Суперліги мають панівне становище на європейському футбольному ринку. Адже, основою для отримання доходу для будь-якого клубу є “армія вболівальників”. Якщо поглянути на кількість підписників в соціальних мережах клубів-засновників Суперліги (рис.1), то вони становлять близько 74% від загальної

кількості усіх підписників клубів (98 клубів) ліг Великої п'ятірки. І вихід цих клубів з Ліги Чемпіонів УЄФА спричинив би зменшення комерційного доходу та доходу з продажу телеправ турніру, а, відтак, збільшив би розрив між топ-клубами Європи та рештою.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що європейський клубний футбол все більше нагадує олігополію. Десяток клубів, які генерують значну частку усього доходу європейського футболу і намагаються диктувати власні правила (створення Суперліги – найяскравіший приклад) – маркери, які вказують на зниження рівня конкуренції на цьому ринку. Така тенденція спостерігається вже упродовж декількох десятиліть і у випадку відсутності втручання з боку регуляторних органів (УЄФА, ФІФА) та у поєднанні з продовженням активного залучення капіталів з Близького Сходу та Китаю веде до перетворення спортивних змагань, заснованих на принципах відкритості та конкурентності, у черговий ринок, який зав'язне в проявах неконкурентної боротьби.

*Список використаних джерел:*

1. Country Coefficients 2020/2021 – UEFA [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.uefa.com/nationalassociations/uefarankings/country/#/yr/2021> – Назва з екрану.
2. Management Report & Financial Statement 2020-2021 – FC Real Madrid [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.realmadrid.com/en/about-real-madrid/the-club/annual-reports> – Назва з екрану.
3. The European Club Footballing Landscape – UEFA [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.uefa.com/returntoplay/news/0272-145b1973c53e-73c44f7c7240-1000--uefa-s-club-landscape-report/> – Назва з екрану.
4. UEFA Champions League last 16 – in a covid-shaken season – Football Benchmark [Електронний ресурс] – Режим доступу: [https://www.footballbenchmark.com/library/uefa\\_champions\\_league\\_last\\_16\\_in\\_a\\_covid\\_shaken\\_season](https://www.footballbenchmark.com/library/uefa_champions_league_last_16_in_a_covid_shaken_season) – Назва з екрану.
5. What is next? – Football after Super League Turmoil – Football Benchmark [Електронний ресурс] – Режим доступу: [https://www.footballbenchmark.com/library/what\\_is\\_next\\_football\\_after\\_super\\_league\\_turmoil](https://www.footballbenchmark.com/library/what_is_next_football_after_super_league_turmoil) – Назва з екрану.

**Anton Rehesha**

*Ivan Franko National University of L'viv, UKRAINE, L'viv, ave. Svobody 18*

**OLIGOPOLY IN EUROPEAN CLUB FOOTBALL**

The general principles of functioning of European club football are considered. The state of competition in the market is estimated by calculating Herfindahl–Hirschman index. The manifestations of oligopoly are considered in the case of the Super League creation.

*Keywords:* European club football, competition, concentration, Herfindahl–Hirschman index, oligopoly.

Артур Ременяк

Львівський національний університет імені Івана Франка

remenyakav@gmail.com

## ОРГАНІЗАЦІЯ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ СТРАХОВИКА

Діяльність страхової компанії, як і будь-якого іншого підприємства, спрямована на отримання прибутку. Для виконання цього завдання керівництво компанії слідкує за ефективністю використання фінансових ресурсів та іншого наявного капіталу, а також формує чіткі стратегічні цілі та орієнтири діяльності страхової компанії. Проте кризові явища, що виникають внаслідок нестабільності національної економіки, що пов'язано із соціальними та військово-політичними негараздами, призводять до втрати фінансової стійкості усіх вітчизняних компаній, у тому числі й страхових. Щоб мінімізувати негативний вплив кризових процесів на результати діяльності страхової компанії, орган управління впроваджує низку змін та заходів щодо покращення фінансової стійкості підприємства для підвищення конкурентноспроможності та подальшого ефективного функціонування.

Антикризове управління – це вид управління, в якому передбачена небезпека кризи, аналіз її симптомів, заходів щодо зниження негативних наслідків кризи та використання її факторів для позитивного розвитку [3]. Керівництво страхових компаній, а також уповноважений орган регулювання та нагляду за страховою діяльністю повинні здійснювати дії щодо діагностування, попередження, нейтралізації та подолання кризових явищ.

Антикризове управління є процесом, що визначає послідовність дій страхової організації з розроблення й реалізації антикризової стратегії. Він передбачає постановку цілей, аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища компанії, вивчення альтернатив розвитку, вироблення стратегії, визначення необхідних ресурсів і підтримку взаємин зі зовнішнім середовищем, які дають змогу організації добиватися поставлених завдань, безперервний контроль за ходом виконання стратегії, оцінку результатів і план дій, що коректують [7].

Антикризове управління охоплює дії підприємства як під час кризової ситуації, так і перед та після її настання. Як наслідок для оцінювання антикризового управління у страхових компаніях виділяють: докризову ситуацію, яку формують передумови, що спричинили виникнення кризи; кризову ситуацію, тобто раптову подію, яка порушила нормальне функціонування страхової компанії; післякризову ситуацію, тобто сукупність заходів, спрямованих на ліквідацію та зменшення наслідків [2].

Система антикризового управління страховими компаніями представлена такими методами: санація, даунсайзинг, злиття, реструктуризація, ліквідація, модернізація, регуляризація, реінжиніринг тощо [10].

Одним із найбільш важливих критеріїв оцінки конкурентноспроможності страхової компанії та її готовності до протидії негативному впливу кризових явищ є фінансова стійкість. Фінансова стійкість страхової компанії – це комплекс дій (фінансового, інвестиційного та організаційного характеру), направлених на постійну підтримку балансу між витратами і зобов'язаннями страховика та фінансовими ресурсами, необхідними для їх покриття або виконання, в результаті чого досягається ефективний розвиток страхової компанії незважаючи на зміну зовнішніх та внутрішніх факторів функціонування економіки [1].

Фінансова стійкість страхової компанії залежить від зовнішніх і внутрішніх факторів, які не завжди добре впливають на неї, тому успішне функціонування страховика визначається саме стійкістю до такого роду негативних чинників. До основних показників фінансової стійкості страхової компанії відносять: достатній розмір власного капіталу і страхових резервів, необхідних для виконання своїх зобов'язань; оптимальний рівень тарифної політики; збалансованість страхового портфеля; надійність механізму перестраховування та високий рівень платоспроможності страхової компанії [6].

Фінансова стійкість страховика характеризується такими ознаками фінансового стану: високою платоспроможністю, тобто здатністю вчасно розраховуватися за своїми зобов'язаннями; високою ліквідністю балансу, тобто достатнім рівнем покриття залучених пасивів активами; високою рентабельністю, тобто значною прибутковістю, яка забезпечує необхідний розвиток підприємства [5].

Платоспроможність страховика є показником поточного фінансового стану. Він вказує можливість виконання усіх внутрішніх та зовнішніх зобов'язань страхової компанії за рахунок наявних активів.

Обов'язковою законодавчою умовою є перевищення фактичного запасу платоспроможності над нормативним. Згідно із українським законодавством нормативний запас платоспроможності страхової компанії, що здійснює ризикові види страхування, на будь-яку дату дорівнює більшій з обчислених величин [4]: першу визначають множенням суми страхових премій за попередні 12 місяців на 0,18 (при цьому сума страхових премій зменшується на 50% страхових премій, що належать перестраховикам); другу отримують множенням суми страхових виплат за попередні 12 місяців на 0,26 (при цьому сума страхових виплат зменшується на 50% виплат, що компенсуються перестраховиками згідно з укладеними договорами перестраховування).

Нормативний запас платоспроможності страхової компанії життя на будь-яку дату дорівнює величині, яка визначається множенням загальної величини резерву довгострокових зобов'язань на 0,05 [4].

Недотримання страховими компаніями зазначених вимог може створювати кризову ситуацію. Порівняно з вимогами, які існують у розвинутих країнах до показника платоспроможності страховика, вони є набагато жорсткішими. Наприклад, під час визначення нормативного значення платоспроможності американської страхової компанії враховується не лише страховий, але й інвестиційний, кредитний та підприємницький ризики, тоді як українські стандарти передбачають урахування лише страхового та частково перестрахового ризиків. Це знижує вимоги до значення цього показника й послаблює вимоги до страховиків України [2].

Отже, внаслідок нестабільної макроекономічної ситуації страхові компанії повинні розвивати власні стратегії розвитку на випадок настання несприятливих чи кризових явищ. Для забезпечення достатності ресурсів у таких ситуаціях як для окремої компанії, так і галузі страхування загалом, в Україні існують законодавчо регламентовані нормативи щодо платоспроможності підприємств. Виконання даних нормативів та відповідні значення показників є основою стійкості вітчизняних страхових компаній. Це мінімізує ризики для споживачів послуг страхової компанії, а також зменшує втрати через кризові процеси, забезпечуючи стійкість страхової галузі в Україні та національної економіки загалом.

*Список використаних джерел:*

1. Бойко, А.О. Теоретичні основи та практичний досвід забезпечення фінансової стійкості страхової компанії. *Економічні науки. Серія Облік і фінанси: зб. наук. праць*. Луцьк: Луцький НТУ, 2010. №7(25)-4. С. 36-50.
2. Бонба І. Антикризове управління у страхових компаніях. *Вісник Львівського університету бізнесу та права*, 2019. № 48-2. С.16-19.
3. Василенко В.О. Антикризове управління підприємством: навч. посібник. Київ : ЦУЛ, 2003. 504 с.
4. Журавка О. С. Теоретичні підходи до визначення фінансової стійкості страхових компаній. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*, 2018. №22-1. С.117-122.
5. Закон України «Про страхування» від 07 березня 1996 р. № 86/96 (із змінами і доповненнями). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/>

6. Землячова О.А. Оцінка фінансового стану страховика та шляхи його поліпшення. Науковий вісник: *Фінанси, банки, інвестиції*, 2014. № 2. С.54-66.
7. Озерова А.Г., Левкович О.В. Управління фінансовою стійкістю страхової компанії *Економіка: фінанси, грошовий обіг і кредит*. Бізнесінформ, 2020. №7. С.230-235.
8. Плиса В.Й. Антикризове управління діяльністю страховика. *Науковий вісник НЛТУ України*, 2010. №20-3. С.221-226.
9. Про затвердження Вимог до організації і функціонування системи управління ризиками у страховика : Розпорядження Нацкомфінпослуг від 4 лютого 2014 р. № 295. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/>
10. Про Національну комісію, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг: Указ Президента України від 23 листопада 2011 р. № 1070/2011. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/>
11. Слободянюк Н.О. Моделювання системи антикризового управління страховими компаніями України в умовах нестійкого розвитку економіки. *Бізнеснавігатор*, 2017. № 4-2 (43). С.124-129.

**Artur Remeniak**

*Ivan Franko National University of Lviv*

#### ORGANIZATION OF ANTI-CRISIS MANAGEMENT OF INSURANCE COMPANY FINANCIAL STABILITY

The article considers the essence of crisis management in insurance companies. Internal and external factors are researched and the effects of these factors on insurers' activities are presented. It is found that for providing the financial stability of insurance companies during anti-crisis management activity it is needed some criteria's of which is worth to select the following: a sufficient amount of equity capital, high profitability, high balance sheet liquidity, high solvency, a sufficient amount of insurance reserves for future payments. Legislative documents regulating the functioning of the crisis management system of the insurance company are submitted.

*Keywords:* insurance company, crisis management, crisis processes, early warning, financial recovery, company capital.

Ярослав Ретунський

Львівський національний університет імені Івана Франка

yarikretunskiy@gmail.com

## ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ ПОТОЧНИХ БІОЛОГІЧНИХ АКТИВІВ РОСЛИНИЦТВА

Врожайність земель та сприятливі кліматичні умови забезпечили розвиток сільського господарства як одного з ключових секторів національної економіки. Очевидно, що діяльність підприємств аграрного сектору суттєво відрізняється від діяльності виробничих підприємств чи підприємств роздрібної торгівлі. Сільськогосподарська діяльність підприємства зумовлена використанням біологічних активів, зокрема поточних біологічних активів рослинництва, які за своїми природними характеристиками не використовуються в господарській діяльності таким самим чином, як, наприклад, сировина, матеріали, паливо тощо. Дана відмінність спричинила корегування методології відображення господарських операцій та подій з такими активами в бухгалтерському обліку.

У відповідь на потребу особливого підходу до обліку біологічних активів Міністерством фінансів України розроблено НП(С)БО 30 «Біологічні активи». Вивченням питання обліку поточних біологічних активів займалися такі вчені-економісти, як: Бруханський Р. Ф., Т. Г. Маренич, Кравченко О. В. та Сук Л. К.

Відповідно до п. 4 НП(С)БО 30 «Біологічні активи», «біологічний актив – це тварина або рослина, яка в процесі біологічних перетворень здатна давати сільськогосподарську продукцію та/або додаткові біологічні активи, а також в інший спосіб економічні вигоди» [1]. Також варто зазначити про додаткові біологічні активи. По суті, це ті самі біологічні активи, лише одержані в процесі біологічних перетворень. Поточні біологічні активи рослинництва характеризуються здатністю давати сільськогосподарську продукцію або іншим чином збільшувати економічні вигоди протягом періоду, що не є більшим за 12 місяців. Об'єктом бухгалтерського обліку поточних біологічних активів рослинництва є вид таких активів або їх група. Це можуть бути:

- окремі культури (озима пшениця, кукурудза, соя, соняшник тощо);
- види рослин (зернові, олійні, технічні, овочеві, картопля тощо);
- однорідні групи біологічних активів, що містять підвиди сільськогосподарських рослин (озимі та ярі зернові, зерняткові тощо) [3].

Однією з відмінностей поточних біологічних активів є те, що вони відображаються на дату проміжного і річного балансу за справедливою вартістю, яка знижена на суму очікуваних витрати на місці продажу. Проте, є випадки, які не керуються даним правилом. До них належать випадки, коли неможливо визначити справедливу вартість поточних біологічних активів та коли підприємство є платником податку на прибуток. В таких випадках поточні біологічні активи можуть визнаватися та відображатися за первісною вартістю. Стосовно поточних біологічних активів рослинництва, які визнані як незавершене виробництво, варто зазначити, що оцінка таких активів не керується положеннями НП(С)БО 30 «Біологічні активи, а здійснюється відповідно до НП(С)БО 9 «Запаси».

Ключовою ознакою поточних біологічних активів, що робить їх несхожими на інші оборотні активи, є наявність активного ринку для оцінки справедливої вартості таких активів [1]. Активний ринок можна описати як ринок, на якому продаються та купуються однорідні предмети, постійно існує можливість знайти зацікавлених покупців і продавців та інформація про ринкові ціни якого є загальнодоступною [2]. Якщо активних ринків поточних біологічних активів кілька, то для оцінки справедливої вартості використовують дані того ринку, на якому підприємство має намір реалізувати дані активи.

Не виключено, що для визначення справедливої вартості може бути відсутній активний ринок. В такому випадку справедлива вартість визначається за:

- останньою ринковою операцією з поточними біологічними активами;
- ринковими цінами подібних активів, скоригованими відповідно до індивідуальних характеристик та ступеня завершеності біологічних перетворень активу, для якого встановлюють справедливу вартість [1];

Практична відсутність розвинутого біржового ринку біологічних активів спричинила проблеми у визначенні їх справедливої вартості за допомогою цін активного ринку. Т. Г. Маренич пропонує «використовувати реальні ринкові ціни на сільськогосподарську продукцію за вирахуванням ПДВ і рівня збутових витрат (без врахування транспортних витрат)» [5].

До можливих підходів оцінки поточних біологічних активів за справедливою вартістю можна віднести наступні методи: аналіз контрактів, експертна оцінка комісії, метод аналогів, метод прийняття цін та стороння професійна оцінка. На практиці використовують метод аналогів. Про це чітко не написано в НП(С)БО 30, але опосередковано це зазначається в даному положенні у формі застосування цін активного ринку для визначення справедливої вартості поточних біологічних активів [4].

Отже, природні відмінності біологічних активів, зокрема поточних біологічних активів рослинництва, від інших активів спричинили відображення їх в бухгалтерському обліку за справедливою вартістю. НП(С)БО 30 «Біологічні активи» встановлено оцінку поточних біологічних активів за справедливою вартістю на основі цін активного ринку, а також передбачено випадки, коли такі активи відображаються за первісною вартістю та коли активний ринок відсутній. Але зберігається проблема функціонування активного ринку, що не дозволяє повноцінно використати оцінку поточних біологічних активів рослинництва за справедливою вартістю. Це призводить до використання реальних ринкових цін, за вирахування ПДВ і збутових витрат. Існує перелік методів, які використовуються для оцінки біологічних активів, але з них використовується лише метод аналогів.

Список використаних джерел:

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 30 «Біологічні активи». Наказ Міністерства фінансів України № 790 від 18.11.2005 р. [Електронний ресурс] // Міністерство фінансів України – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1456-05#Text>;
2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи». Наказ Міністерства фінансів України № 242 від 18.10.1999 р. [Електронний ресурс] // Міністерство фінансів України – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99#Text>;
3. Карп'юк Р. Операція «агро»: освоємо бухоблік у рослинництві [електронний ресурс] / Р. Карп'юк // Ліга:Закон. – режим доступу: [https://bz.ligazakon.ua/ua/magazine\\_article/BZ011567](https://bz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/BZ011567);
4. Кравченко О. В., Заточна Д. В. Особливості обліку поточних біологічних активів / Кравченко О. В., Заточна Д. В. // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – 2018. - № 6. – С. 685-688.
5. Т. Г. Маренич. Облік поточних біологічних активів згідно з П(С)БО 30 «Біологічні активи» [електронний ресурс] / Т. Г. Маренич // Облік і фінанси АПК: освітній портал. – режим доступу: <http://magazine.faa.org.ua/oblik-potochnih-biologichnih-aktiviv-zgidno-z-p-s-bo-30-biologichni-aktivi.html>;



**Retunnyi Yaroslav**

*Ivan Franko National University of Lviv*

## FEATURES OF THE ASSESSMENT OF CURRENT BIOLOGICAL ASSETS OF CROP PRODUCTION

The activity of enterprises in the agricultural sector differs significantly from the activity of production enterprises or retail enterprises. Such differences have led to adjustments in the methodology for recording business transactions and events with such assets in accounting, in particular, developed separate rules for estimating current biological assets of crop production.

*Keywords:* current biological assets, accounting, fair value, asset evaluation, active market.

Софія Роговська

Студентка Львівського національного університету ім. Івана Франка  
sofiarogovska04@gmail.com

## КРАУДФАНДИНГ ЯК ПЕРСПЕКТИВНА МОДЕЛЬ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Сучасні тенденції розвитку підприємницьких структур вимагають від їх власників усвідомлення необхідності управління на якісній новій основі, що характеризується застосуванням інструментів фінансово-економічного і стратегічного аналізу, наявності інноваційної складової та дією таких факторів як креативність й нестандартність у баченні подальшого розвитку бізнесу. У зв'язку з цим, підприємці починають звертатися до альтернативних способів досягнення конкурентних переваг. Нещодавнє всебітне опитування 4000 керівників впливових компаній світу виявило, що нині важливо не те, яким видом бізнесу займається підприємство, а те, яким чином цей бізнес ведеться.

Краудфандинг – це спосіб залучити кошти для росту і розвитку проекту, ініціативи, підприємства або програми за рахунок внесків від великої кількості сторонніх осіб, які можуть бути не пов'язані ані з самим проектом, ані з професійним інвестуванням. Для засновника це безризикові кошти, оскільки залучаються вони на добровільній основі від небайдужих до можливого проекту людей.

В Україні все активніше починають використовувати цю форму підприємництва. На українському фінансовому ринку ця інноваційна форма інвестування надає можливості інвестування в стартапи більш доступним для широкого загалу, багато дрібних інвесторів шукають альтернативні способи вигідно та надійно розмістити вільні кошти, відмовляючись від банківських вкладів, бірж чи ринків нерухомості. Переваги краудфандинга – це можливість фінансування проекту без долучення кредитного фінансування, передачі авторських прав, а ще важлива можливість безоплатно провести PR-компанію.

Яскравим прикладом суспільного фінансування є проект People Place у Львові. Засновники обіцяли добродійцям класну локацію у майбутньому. І люди захотіли, щоб такий проект з'явився. За два місяці 243 добродійці допомогли зібрати 174 тис. грн. Це навіть більше, ніж просили організатори.

Краудфандинг є популярним інструментом серед технологічних стартапів, особливо за кордоном, оскільки вони можуть перевірити наскільки затребуваним є їх продукт і наскільки сильними є засновники бізнесу. Також, збір коштів через міжнародні краудфандингові платформи дозволяє вийти на нові ринки.

Відтоді як краудфандинг став всебітньо популярним як інструмент залучення коштів для різноманітних цілей та ідей, українці активно використовують міжнародні краудфандингові платформи, такі як KickStarter, Indiegogo та GoFundMe. Вітчизняні платформи, зокрема Українська біржа благодійності та Спільнокошт, були засновані ще у 2011 року, створивши можливість для охоплення української аудиторії ініціативами громадянського суспільства, соціальним підприємництвом та людьми, котрі опинились у скрутному становищі. Зібрані шляхом краудфандингу пожертвування у буквальному сенсі годували і зігривали протестувальників під час Євромайдану. Від часів Революції Гідності краудфандинг здобув популярність в Україні як інструмент фандрайзингу для різних цілей, починаючи з надання гуманітарної допомоги постраждалим від військового конфлікту через такі платформи як families.org.ua та People's Project і закінчуючи розвитком громад та соціальними інноваціями.

Деякі обставини в українському контексті можуть свідчити про сприятливість умов для розвитку краудфандингу та філантропії. Наприклад, волонтерські організації, що збирали кошти на нагальні потреби Євромайдану й АТО, здобули найбільший ступінь довіри серед українських інституцій у 2016 році. Окрім популярності безоплатного краудфандингу, опитування громадської думки, яке Раст проводить раз на півроку, виявило, що більшість (55%) українців вважають, що настав час, «коли всі повинні піклуватися про спільні інтереси». За таких обставин експерти відзначають розвиток нового характерного для України типу краудфандингу – *краудфандингу, що спрямований на розвиток громади (community-enhancing crowdfunding)*, що максимально залучає добродійця до позитивних зрушень у громаді та суспільстві.

Міжнародні платформи вигідні українським ініціативам, оскільки сприяють охопленню української діаспори, залученню ширшої міжнародної спільноти до благодійності, а українському бізнесу допомагають вийти на зовнішні ринки.

Наприклад, однією з найуспішніших українських кампаній на Kickstarter була кампанія Ohio chunky knits, що збрала понад 300 000 доларів, отримала широке висвітлення в засобах масової інформації, і здобула величезну популярність на хвилі кампанії «Зроблено в Україні».

Також платформа безоплатного краудфандингу GoFundMe здобула популярність завдяки збору грошей під час Євромайдану та у зв'язку з кризою на сході України.

Дані краудфандингових платформ, котрі підтримують проекти в Україні, свідчать про те, що воєнні дії та події Євромайдану сформували сприятливе середовище для розвитку культури благодійності. Вони також свідчать, що дедалі більше українців стали набагато більше жертвувати на системні зміни, що передбачають комплексні перетворення.

### Список використаних джерел:

1. Ануфрієва О. Л., Пальчевська Т. Г., Лагоцька Г. М. Підприємницька діяльність. Навчальний посібник. / За науковою ред. О. Л. Ануфрієвої/ – ІваноФранківськ, «ЛілеяНВ», – 2014. – 304 с.
2. Бакуліна О.С. Соціальне підприємництво як інноваційна модель економічного розвитку суспільства. Інтелектуальна економіка в умовах суспільних трансформацій : перспективи публічно-приватного партнерства : матер. III міжнар. наук.-практ. форуму (м. Житомир, 27 черв. 2017 р.). Житомир, 2017. Ч. 1. С. 169-172.
3. Seidenstricker S., Scheuerleb S., Linder C. Business Model Prototyping. Using the Morphological Analysis to Develop New Business Models. Procedia. Social and Behavioral Sciences, 2014. P. 102 – 109.
4. В.В. Кириленко, Тернопіль: Економічна думка, ЕКОНОМІКА (навчальний посібник) 2002. – 193с.
5. З.О.Тягунова, В.О.Бондапренко Краудфандинг //Світовий досвід та практика і інноваційна економіка.-2020.- с.25-33.
6. Джефф Хау. Краудсорсинг. Коллективный разум как инструмент развития бизнеса = Crowdsourcing: Why the Power of the Crowd is Driving the Future of Business. — М.: «Альпина Паблишер», 2012. — 288 с. — ISBN 9785961418897.
7. З миру по нитці: Показники і тенденції українського краудфандингу Христина Рибачок 7. <https://voxukraine.org/z-miru-po-nittsi-ua/>
8. Е.Підгайна Конкуренти «Кікстартера»: що пропонують вітчизняні краудфандингові платформи Електронний ресурс <https://mind.ua/publications/20192799-konkurenti-kikstartera-shcho-proponuyutvitchiznyani-kraudfandingovi-platforni>

**Rohovska Sofia**

*Student of Ivan Franko Lviv National University*

*sofiarogovska04@gmail.com*

## CROWDFUNDING AS A PROMISING MODEL OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY IN UKRAINE

Modern trends in the development of business structures require their owners to be aware of the need to manage on a qualitatively new basis, characterized by the use of financial, economic and strategic analysis tools, the presence of an innovative component and the action of factors such as creativity and unconventionality in the vision of further business development. In this regard, entrepreneurs are beginning to turn to alternative ways to achieve competitive advantages. A recent global survey of 4,000 CEOs of the world's most influential companies found that what matters now is not what type of business an enterprise does, but how that business is conducted.

Crowdfunding is a way to raise funds for the growth and development of a project, initiative, enterprise, or program through contributions from a large number of third parties that may not be related to the project itself or professional business investment. For the founder, these are risk-free funds, since they are attracted on a charitable basis from people who are not indifferent to a possible project.

In Ukraine, this form of entrepreneurship is increasingly being used. In the Ukrainian financial market, this innovative form of investment makes investing in startups more accessible to the general public, many small investors are looking for alternative ways to profitably and reliably place free funds, refusing bank deposits, exchanges or real estate markets. The advantages of crowdfunding are the ability to finance a project without adding credit financing, transfer copyrights, and the ability to conduct a PR campaign for free is also important.

A striking example of public funding is the People Place Project in Lviv. The founders promised benefactors a cool location in the future. And people wanted such a project to appear. In two months, 243 benefactors helped to collect 174 thousand UAH. this is even more than the organizers asked.

Crowdfunding is a popular tool among tech startups, especially abroad, because they can test how popular their product is and how strong the founders of the business are. Also, raising funds through international crowdfunding platforms allows you to enter new markets.

Since crowdfunding has become internationally popular as a tool for raising funds for various purposes and ideas, Ukrainians have been actively using international crowdfunding platforms such as Kickstarter, Indiegogo and GoFundMe. Domestic platforms, in particular the Ukrainian charity exchange and Spilnokosht, were founded back in 2011, creating opportunities for reaching the Ukrainian audience with civil society initiatives, social entrepreneurship and people who find themselves in a difficult situation. Donations collected through crowdfunding literally fed and warmed the protesters during Euromaidan. Since the revolution of dignity, crowdfunding has gained popularity in Ukraine as a fundraising tool for various purposes, starting with providing humanitarian assistance to victims of the military conflict through platforms such as families.org.ua and people's Project and ending with community development and social innovation.

Some circumstances in the Ukrainian context may indicate favorable conditions for the development of crowdfunding and philanthropy. For example, volunteer organizations that raised funds for the urgent needs of Euromaidan and the anti-terrorist operation gained the greatest degree of trust among Ukrainian institutions in 2016. In addition to the popularity of free crowdfunding, a public opinion poll conducted by Pact every six months found that the majority (55%) of Ukrainians believe that the time has come "when everyone should take care of common interests.

" Under such circumstances, experts note the development of a new type of crowdfunding characteristic of Ukraine-crowdfunding aimed at the development of the community (community-enhancing crowdfunding), which maximally attracts the benefactor to positive changes in the community and society.

International platforms are beneficial for Ukrainian initiatives, as they help reach the Ukrainian Diaspora, attract the wider international community to charity, and help Ukrainian businesses enter foreign markets.

For example, one of the most successful Ukrainian Kickstarter campaigns was the Ohhio chunky knits campaign, which raised more than 300,000, received widespread media coverage, and gained huge popularity in the wake of the "Made in Ukraine" campaign.

Also, the free crowdfunding platform GoFundMe gained popularity due to raising money during Euromaidan and in connection with the crisis in eastern Ukraine.

Data from crowdfunding platforms that support projects in Ukraine indicate that the military actions and events of Euromaidan have created a favorable environment for the development of a culture of charity. They also show that more and more Ukrainians have begun to donate much more to systemic changes that involve comprehensive transformations.

*Keywords:* Crowdfunding, financial market, charity, tech startups, Indiegogo, GoFundMe, Kickstarter, popularity, business development, investment, international crowdfunding platforms, investors.

**Руслан Ролько**

*Львівського національного університету імені Івана Франка, м. Львів, Україна*

*Ruslan.Rolko@lnu.edu.ua*

## **ХОЛДИНГОВІ ОБ'ЄДНАННЯ ЯК ФОРМА КОНЦЕНТРАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ВЛАДИ: ПОНЯТТЯ, ПРАВОВІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ І АНАЛІТИКА ДІЯЛЬНОСТІ**

В українському законодавстві поняття «холдингова компанія» вказано та закріплено у статті 1 Закону України «Про холдингові компанії в Україні», де визначено, що «холдингова компанія – акціонерне товариство, яке володіє, користується, розпоряджається холдинговими корпоративними пакетами акцій (часток, паїв) двох або більше корпоративних підприємств» [2]. Водночас статтею 126 Господарським кодексом України уточнюється, що таке акціонерне товариство має бути публічним [1, с. 50-51].

У науковій спільноті існує три основні концепції щодо дефініції поняття «холдинг» («холдингова компанія»):

1) концепція інтегрованих корпоративних структур: «холдингова компанія – компанія, яка володіє контрольними пакетами акцій інших компаній, що дає їй право контролювати і керувати їхньою діяльністю»;

2) концепція об'єднань капіталів: «холдингова компанія – специфічна форма об'єднання капіталів у вигляді інтегрованого товариства, яка безпосередньо не займається виробничою діяльністю, а використовує свої кошти для придбання контрольних пакетів акцій інших підприємств, на підставі чого здійснює контроль діяльності інших підприємств»;

3) концепція промислових утворень: «холдингова компанія – промислові корпоративні утворення, які створюються як комплекси в галузях промисловості. Підприємства, які входять до холдингу, зберігають право на юридичну й господарську самостійність під час вирішення питань, що не відносяться до функцій холдингу» [3, с. 38-39; 4, с. 170].

Нормативно-правове регулювання діяльності холдингових компаній на загальному правовому рівні закріплене у наступних нормативно-правових актах: Закон України «Про холдингові компанії в Україні», Цивільний кодекс України, Господарський кодекс України, Закон України «Про акціонерні товариства» та деяких підзаконних нормативно-правових актах. На галузевому рівні нормативно-правове регулювання здійснюється рядом нормативно-правових актів, що здійснюють регулювання ринків, на яких здійснюють свою діяльність відповідні холдингові об'єднання. На локальному рівні регулювання діяльності зазвичай здійснюється такими установчими документами: статут, рядом наказів про політики компанії (власності, конфіденційності, якості), внутрішніми кодексами (наприклад, Кодекс етики працівника), колективним договором (з працівниками) та іншими внутрішніми актами локальної нормотворчості.

Аналіз діяльності холдингових об'єднань оптимально здійснювати на основі інформації, які вони повинні періодично публікувати – річних фінансових звітностах. Перш за все, потрібно здійснити горизонтальний та вертикальний аналіз фінансової звітності (достатньо робити це на основі форми «Баланс» та форми «Звіт про фінансові результати»). Далі для детального аналізу діяльності та фінансового стану і формування відповідних висновків потрібно розраховувати ряд груп спеціальних коефіцієнтів:

1) коефіцієнти фінансової стійкості – коефіцієнт незалежності, плече фінансового важеля, коефіцієнт капіталізації, питома вага дебіторської заборгованості у вартості майна;

2) коефіцієнти ліквідності – коефіцієнт абсолютної ліквідності, коефіцієнт термінової ліквідності, коефіцієнт загальної ліквідності, частка запасів в сумі короткострокових зобов'язань;

3) коефіцієнти оборотності – загальний коефіцієнт оборотності, середній період обороту;

4) коефіцієнти рентабельності – коефіцієнт рентабельності продажів, коефіцієнт рентабельності всього капіталу, коефіцієнт рентабельності власних коштів, коефіцієнт рентабельності виробничих фондів, коефіцієнт капіталізації [5, с. 47].

У дослідженні аналізу діяльності у правовому та економічному аспекті було здійснено розбір правової бази, на основі якої функціонує НАК «Нафтогаз України», а також горизонтальний та вертикальний аналіз фінансової звітності з подальшим розрахунком коефіцієнтів ефективності діяльності та фінансової безпеки підприємства. Після цього також було здійснено прогнозування змін основних фінансових показників (доходів, прибутків та витрат) на період 2021-2023 роки на основі показників 2015-2020 років та тенденцій, які вони показували. Наявність тренду при прогнозуванні було доведено завдяки методу перевірки різниці середніх рівнів (в процесі було розглянуто гіпотезу сталості середнього значення та дисперсії часового ряду).

За результатами даного дослідження було виявлено те, що підприємство фактично зменшило власну господарську діяльність та ділову активність у 2020 році порівняно з 2019 роком з метою забезпечити виплати по власній заборгованості, щоб зберегти платоспроможність підприємства та забезпечити фінансову стійкість для наступних періодів. Можна зробити висновок про негативні тенденції в плані рентабельності та ліквідності. Водночас, спостерігаються позитивні тенденції щодо фінансової стійкості та забезпеченості виплати власних боргів. Щодо прогнозування, то завдяки методу аналітичного вирівнювання було передбачено зростання доходів (наявний ступеневий тренд) і витрат компанії (наявний ступеневий тренд), для прибутків прогнозується різкий спад (наявний поліноміальний тренд). За результатами перевірки наявності тренду за методом перевірки різниць середніх рівнів було доведено наявність трендів у всіх показників, для яких здійснювався прогноз, оскільки розрахункові F-критерії та t-критерії Стьюдента були менші за аналогічні табличні показники.

На мою думку, політика НАК «Нафтогаз України» щодо забезпечення саме фінансової стійкості і зменшення можливості банкрутства є доволі правильною, особливо у ці непередбачувані та нестабільні роки, навіть якщо НАК «Нафтогаз України» завжди має стійкий попит та постійну базу споживачів. Пандемія COVID-19 у 2020-2021 роках і нове повномасштабне вторгнення росії в Україну точно не впливають позитивно на макроекономічну стабільність української економіки.

Отже, холдингове об'єднання – це публічне акціонерне товариство, що не здійснює безпосередньої виробничої діяльності, але володіє, користується, розпоряджається контрольними пакетами акцій інших суб'єктів господарювання, які дозволяють керувати ключовими аспектами їх діяльності. Основним об'єктом дослідження стало холдингове об'єднання АТ «НАК «Нафтогаз України». Відповідно до проведеного аналізу виявлено негативні тенденції в плані рентабельності та ліквідності. Водночас, наявні позитивні тенденції щодо фінансової стійкості та забезпеченості виплати власних боргів. Прогнозування основних фінансових показників відображає зростання доходів та витрат і різке зменшення прибутків у наступні роки.

*Список використаних джерел:*

1. Господарський кодекс України // Відомості Верховної Ради України (ВВР). Закон, Кодекс України від 16.03.2003. Київ, 2003. №436-IV. 106 с. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text> (дата звернення: 12.03.2022).
2. Закон України «Про холдингові компанії в Україні» // Відомості Верховної Ради України (ВВР). Закон України від 15.03.2006. Київ, 2006. №3528-IV. 8 с. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3528-15#Text> (дата звернення: 12.03.2022).
3. Братута О. Г. Дослідження поняття явища «холдингове об'єднання підприємств». Ужгород: Науковий вісник Ужгородського національного університету, 2018. № 22-1. С. 37-43. URL: [http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/22\\_1\\_2018ua/10.pdf](http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/22_1_2018ua/10.pdf) (12.03.2022).

4. Єременко Є. В., Поліщук А. А. Щодо сутності поняття «холдингова компанія». Харків: Юридичний науковий електронний журнал, 2020. № 7. С. 169-172.
5. Сокольська Р.Б., Зелікман В.Д., Акімова Т.В. Фінансовий аналіз: Навч. посібник. Частина 1. Аналіз фінансової звітності. Дніпропетровськ: НМетАУ, 2015. 92 с.

**ROLKO RUSLAN**

*Ivan Franko National University of Lviv, Ukraine*

**HOLDING ASSOCIATIONS AS A FORM OF CONCENTRATION OF ECONOMIC POWER: THE CONCEPT, LEGAL BASIS FOR THE CREATION AND ANALYSIS OF ACTIVITIES**

Consideration and description of the concepts of «holding associations», «holding companies» and «holdings». The base of normative-legal regulation of the activity of holding associations is being analyzed. Describes the best way to analyze activities through financial statements.

*Keywords:* holding associations, holding companies, holdings, analysis of holding associations activity.

**Вікторія Романюк**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*  
riark@ukr.net

## **ВПЛИВ УПАКОВКИ НА ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧА**

Кожного дня ми маємо змогу бачити тисячі товарів на полицях крамниць. Щоб заявити про себе сьогодні, компаніям необхідно звернути увагу на свої товари й діяльність. Дану естетичну та комунікативну роль дуже добре відіграє упаковка. Як маркетинговий інструмент, вона звертає увагу потенційних покупців і спонукає до придбання товару. Проте, упаковка не тільки зберігає товар, але і виділяє його з-поміж інших аналогів конкурентів. Саме тому фірмам варто звертати увагу на те, як вони позиціонують себе та свій продукт через пакування.

Варто зазначити, що дизайн упаковки часто відіграє вирішальну роль у процесі прийняття рішень про купівлю. Саме упаковка є вирішальним чинником, який дозволяє споживачу прийняти рішення на користь того чи іншого продукту. Так компанія Nielsen (міжнародна публічна маркетингова компанія) провела дослідження та виявила, що 60% рішень про купівлю товару відбуваються саме перед полицею магазину. Також 56% споживачів дізнаються інформацію про товар із магазину і тільки 44% із рекламних звернень компаній [1].

Згідно із дослідженнями компанії Polpak (українсько-польська компанія, що займається виробництвом різної упаковки) було доведено, що 78% споживачів купують продукти з яскравими дизайнами. Велика кількість покупців, як правило, акцентують свою увагу на таких ключових моментах, як:

- підбір кольорів;
- форма упаковки;
- шрифти, які використовуються;
- розмір пакування.

Послудуючи усі ці елементи, споживач в той же час зможе сформулювати свою думку про товар. Більше того, понад 20% покупців при виборі продукту керуються лише дизайном упаковки. Під час прийняття рішення щодо купівлі, вплив упаковки на потенційного споживача за часом досягає 3 секунд, що посилює дію попередніх засобів комунікації підприємства. Для підприємства це можливість краще дослідити основні вподобання покупців, приділити більшу увагу дизайну, зручності, впізнаваності та оригінальності пакування товару [2].

Відтак можна виокремити декілька наук, які стануть допоміжним важелем при створенні актуальної упаковки:

### 1. Колористика.

Дана наука займається розробкою кольорових упаковок для товарів і вивчає побажання та вподобання споживачів у кольорах. Досить велика кількість міжнародних компаній, що спеціалізуються на розробках дизайну пакування та етикеток мають в своєму штаті маркетологів і фахівців, які дуже добре знайомі саме з колористикою. Такі працівники вивчають прихильність цільової аудиторії до різних кольорів, прогнозують можливі ефекти ставлення і враження споживачів до зміни кольору в упакуванні. Зазначається, що кожен продукт має свій вдалий колір для просування. Наприклад, було доведено, що упаковки, які оформлені у зелених, червоних і жовтих відтінках продаються набагато швидше, ніж товари з іншими кольорами. Це пояснюється тим, що споживачі віддають перевагу відтінкам, які нагадують природне, тобто зелень, фрукти, овочі, тощо. Вважається, що товар у кольоровій упаковці на 60% продається більше, ніж у чорно-білій.

Також, коли випускається серія певної продукції, то компанії розраховують на те, що товар з допомогою певних відмінних критеріїв буде виразнішим та краще запам'ятовуватися споживачем (диференціювання). Яскравим прикладом цього можуть стати шоколадні батончики. Без упаковки вони мають практично однаковий зовнішній вигляд, але при виборі споживачі вже знають, що «Bounty» в блакитній упаковці, «Mars» — в чорній, а «Snickers» — у коричневій. Досить мала кількість споживачів усвідомлює, що всі ці бренди належать одному виробнику. На полиці ці батончики конкурують між собою, але в кінцевому підсумку приносять прибуток одній компанії [3].

### 2. Типографіка.

Це мистецтво роботи з буквами та символами. Але з плином часу поняття типографіки стає більш ширшим та охоплює велику кількість різних аспектів. Так, вивчення правильного розташування тексту в доцільному місці на полотні, в нашому випадку на упаковці. Також це стосується вибору розміру точки, довжини ліній і проміжків, причому як для однієї лінії, так і для всієї сторінки або частини роботи. [4]

### 3. Нейромаркетинг.

У першу чергу цей напрям допомагає при вивченні реакції людей на рекламу, дизайн упаковки, тощо. Головною метою нейромаркетингу є знаходження відповідей на питання, чому споживачі надають перевагу тому чи іншому продукту, а також розробити та запровадити техніки спонукання споживача до покупки не лише на свідомому, а й на підсвідомому рівнях [5].

Аналізуючи стан навколишнього середовища, все більше споживачів і навіть підприємців починають задумуватись щодо проблем екології. Тому зараз набагато активніше пропагують створення нових особливостей та функцій упаковок. До прикладу, покупець все частіше приділяє увагу можливості переробки упаковки, цікавиться токсичністю матеріалів з яких вона зроблена та можливістю повторного використання. Тому компаніям необхідно врахувати не тільки зовнішній вигляд пакування, а й подбати про інформаційну та екологічну складову маркування, для того щоб показати свою позицію і, в майбутньому, вибудувати також завдяки цьому лояльність покупця до компанії.

Отже, сьогодні перед багатьма виробниками постає питання обігнати конкурентів, використовуючи найоптимальнішу, якісну і, звісно, недорогу упаковку, яка б відповідала не тільки бажанням споживача, а й виконувала б також експлуатаційну, захисну, інформаційну та екологічну функції.

### *Список використаних джерел:*

1. Як дизайн упаковки впливає на успіх нового продукту. Nielsen's European Breakthrough Innovation. 14.12.2016. URL: <https://www.nielsen.com/ua/uk/insights/article/2016/package-design-for-breakthrough-innovations/>. (дата звернення: 14.05.2022).
2. Аналіз впливу упаковки харчової продукції на свідомість споживачів. Info Department. 11.04.2018. URL: <http://polpak.com.ua/uncategorized/>. (дата звернення: 14.05.2022).
3. Вплив кольору упаковки на споживача. Психологія кольору в продажах. Koloro brand design. 27.03.2014. URL: [https://koloro.ua/ua/blog/dizain/vliyanie-cveta-upakovki-na-potrebitelya.html#:~:text=\(дата звернення: 15.05.2022\).](https://koloro.ua/ua/blog/dizain/vliyanie-cveta-upakovki-na-potrebitelya.html#:~:text=(дата звернення: 15.05.2022).)
4. Що таке типографія і чому про неї варто знати у 2022? DesignTalk. 08.01.2022. URL: <https://designtalk.club/typografiya-dlya-pochatktivtsiv-shho-take-typografiya/>. (дата звернення: 15.05.2022).
5. Що таке нейромаркетинг і для чого він потрібен бізнесу. Neuro-Knowledge. 27.11.2020. URL: <https://neuro-knowledge.com/uk/what-is-neuromarketing/> (дата звернення: 15.05.2022).

**Viktoriia Romaniuk**

*Ivan Franko National University of Lviv*

**THE IMPACT OF PACKAGING ON CONSUMER BEHAVIOR**

Different packaging are the most important way to communicative and attracting consumers today. As a marketing tool, it attracts the attention of potential consumers and encourages the purchase of goods. However, the packaging not only save the product, but also sets it apart from other competitor's goods. That is why companies should pay attention to how they position themselves and their product through packaging.

*Keywords:* package, product, consumer behavior, labeling, marketing communications.

Дарина Роспопа

Львівський національний університет імені Івана Франка  
darinarospopa@gmail.com

## ЕКОНОМІКА УКРАЇНИ ПІД ЧАС РОСІЙСЬКОГО ВТОРГНЕННЯ

Війна – руйнація всього. Економіка України зазнала великих втрат під час російського вторгнення на територію країни. За прогнозами Світового Банку економіка України скоротиться вдвічі. Очікується, що економіка України скоротиться на 45,1 % цього року [3], адже вторгнення спричиняє величезний блок для розвитку економіки, хоча остаточні цифри залежать від тривалості та інтенсивності війни.

Внаслідок вторгнення Росії, падіння ВВП України у 2022 році може становити від -10% за прогнозами МВФ та -35-40% за попередньою оцінкою уряду України [1].

Через масові руйнування української інфраструктури експорт з України стає ледь можливим. Тільки українські порти, що знаходяться під блокадою російського флоту, майже перестали функціонувати. Розбомблені та заміновані дороги, пошкоджені залізничні шляхи також ускладнили експорт товарів.

У березні 2022 р. Україна виконала план експорту товарів тільки на половину. Експорт сільськогосподарської продукції зменшився в чотири рази. Імпорт скоротився на 70 % [1]. Основними причинами є вищезгадані логістичні питання, а також певні обмеження встановлені Нацбанком України на необов'язкові імпорتنі операції.

Інфляція - явище, яке неможливо уникнути під час війни. За даними Державної служби статистики України інфляція зросла до 4,5 % у березні 2022 р. порівняно з лютим 2022 р. [1]. З товарів споживчого призначення подорожчали молочна та м'ясна продукція, крупи, імпорتنі продукти такі, як риба, тропічні фрукти, кава, шоколад та ін. Відзначимо, що комунальні послуги, особливо оплата газу значно зросла в ціні, адже Україна тривалий час залежала від російського газу. Станом на квітень 2022 р. найбільшого цінового зростання досягла нафта та нафтопродукти. Якщо у січні-лютому 2022 р. пальне коштувало 30-35 грн/л, то на початку травня - 40-45 грн/л, на деяких приватних заправках могло доходити до 70 грн [4].

Багато людей зі сходу України втратили своє місце роботи через вимушене переселення, підприємства також зазнали часткового або навіть повного знищення інфраструктури. Безробіття хоча і зросло, але вимушено переселені особи, використовуючи свій підприємницький хист, активно шукають роботу у регіонах України, де поселились. Майже всі підприємства на територіях, де не ведуться активні бойові дії, відновили свою роботу і підтримують життєдіяльність національної економіки. Металургійні заводи, які робили вагомий внесок у ВВП країни - "Азовсталь", "ММК Ілліча" у Маріуполі, зрівняні із землею. Також зазнав пошкодження єдиний нафтопереробний завод у Кременчуці, який загарбники лицемірно знищували.

Іноземні інвестори не можуть ризикувати своїми активами і вкладати кошти у економіку України через напад рашистів. Це сповільнює економічний і соціальний розвиток країни. [2]. Можемо тільки припустити, що нерезиденти та резиденти країни будуть активно інвестувати в різні сфери економіки України після перемоги над ворогом.

Звісно ж це не можна назвати інвестиціями (хіба що інвестиції в майбутнє), наші іноземні країни-друзі, зокрема європейські країни та США, дуже активно допомагають нам фінансуванням та наданням нам всього військового обладнання, і не тільки. Також приймають наших біженців на офіційну роботу, що приносить дохід у скарбницю національної економіки.

Економіка України дійсно зазнала спаду, за допомогою різних міжнародних організацій та країн-партнерів, навіть під час війни всі можливі сфери економічної діяльності відновлюються.

Список використаних джерел:

1. Що відбувається з економікою України під час війни. БІЗНЕС ЦЕНЗОР. URL: [https://biz.censor.net/resonance/3334083/scho\\_vidbuvayetsya\\_z\\_ekonomikoyu\\_ukrayiny\\_pid\\_chas\\_viyiny](https://biz.censor.net/resonance/3334083/scho_vidbuvayetsya_z_ekonomikoyu_ukrayiny_pid_chas_viyiny)
2. E. Chaney. Ukraine's War: The Economic Impacts. URL: <https://www.institutmontaigne.org/en/blog/ukraines-war-economic-impacts>
3. Russian Invasion to Shrink Ukraine Economy by 45 Percent this Year. The World Bank. URL: <https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2022/04/10/russian-invasion-to-shrink-ukraine-economy-by-45-percent-this-year>
4. Ціни на бензин, дизпаливо, газ на АЗС України. Міністерство Фінансів України. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/markets/fuel/>

Daryna Rospopa

Ivan Franko National University of Lviv

THE ECONOMY OF UKRAINE DURING RUSSIAN INVASION

*Annotation.* It has been investigated main aspects of Ukraine's economy suffering due to the invasion of the russian aggressor. These include such as soaring prices and shortages of goods, declining in GDP and foreign trade, chief reasons why investors do not invest in the national economy.

*Keywords:* economy of Ukraine, GDP, inflation, foreign trade, investment, employment.

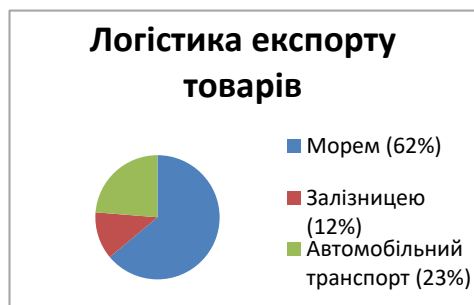


Рис.1. Логістика експорту товарів.  
URL

[https://biz.censor.net/resonance/3334083/scho\\_vidbuvayetsya\\_z\\_ekonomikoyu\\_ukrayiny\\_pid\\_chas\\_viyiny](https://biz.censor.net/resonance/3334083/scho_vidbuvayetsya_z_ekonomikoyu_ukrayiny_pid_chas_viyiny)



Оксана Марець, Юлія Руда  
Львівський національний університет імені Івана Франка  
julia.ruda777@gmail.com

## ВИКОРИСТАННЯ КОГОРТНОГО АНАЛІЗУ ТА КОЕФІЦІЄНТІВ ВІДТОКУ (CHURN RATE) І ЖИТТЄВОЇ ЦІННОСТІ КЛІЄНТА (CUSTOMER LIFETIME VALUE) В МАРКЕТИНГОВІЙ АНАЛІТИЦІ

**Вступ.** Вчасно та якісно проведене маркетингове дослідження, коректний маркетинговий аналіз, а також сегментація клієнтів є одними із ключових завдань маркетингу, а також мають надзвичайно позитивний вплив на генерацію прибутку та на економіку бізнесу загалом. Когортний аналіз є одним із способів сегментації ринку та споживачів, який дає можливість більш ретельно та уважно врахувати особливості кожного із сегментів. За допомогою такого аналізу відбувається націленість діяльності підприємств на задоволення потреб своїх споживачів за окремими групами, підходячи до кожного сегменту з іншою, особливою стратегією та іншими маркетинговими інструментами. Це дозволяє максимально зацікавити клієнта та підштовхнути його до дій (активності).

**Мета роботи** — показати, наскільки важливою є роль когортного аналізу та сегментації у маркетинговій аналітиці, а також підкреслити актуальність цього маркетингового інструменту для контролю економічної ефективності бізнесу, а також планування маркетингу.

**Основна частина.** Розглянемо приклад практичного застосування когортного аналізу та коефіцієнта відтоку, на даних невеликого інтернет-магазину.

Когортний аналіз останнім часом стає дедалі популярнішим, щораз більше аналітиків освоюють його та починають ним користуватися.

Незвичайність цього аналізу в тому, що в більшості методів аналізу клієнтської бази береться зріз як би «поперек» на якусь дату, а в когортному аналізі — «вздовж» всього життєвого циклу клієнтів.

*Когортний аналіз* — це такий аналіз «у собі», це сегментація бази клієнтів, результати якої можна аналізувати як завгодно. Отже, насамперед, ми маємо сегментувати нашу базу, тобто виділити когорти. А когорти в нашому застосуванні — не що інше, як групи користувачів, однотипні за часом чогось, наприклад, першої покупки.

З вихідних даних нам потрібна тільки база продажів, в якій є інформація про дату, ціну замовлення та ID клієнта.

Для початку, розбиваємо весь наш відрізок часу на рівні періоди. Найчастіше, як такий період вибирається місяць, але тут важливо, щоб у когортах було достатньо людей для можливості усереднення. Ми вибрали квартал та отримали 8 когорт. Далі розрахуємо виручку за когортами (рис.1).

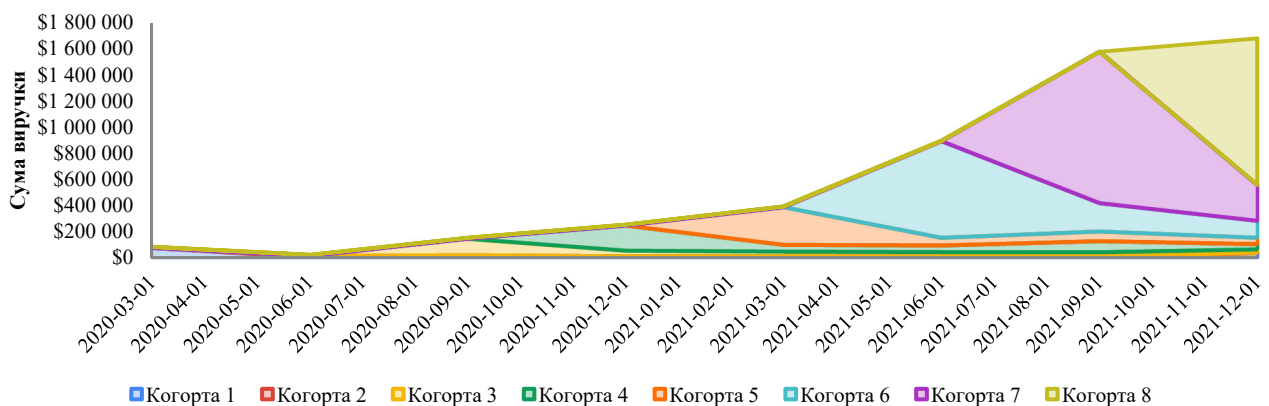


Рисунок 1 – Сума виручки за когортами клієнтів

Перші висновки, які ми можемо зробити з рисунку, наступні: кожна нова когорта витрачає більше за попередню. Це добре. Але на останній когорті зростання загальмувалося. Потрібно думати чому і шукати причини цього.

У першому кварталі кожної когорти відбувається максимальний обсяг покупок, у другому клієнти вже витрачають значно менше. Зниження виручки в когортах, пояснюється тим, що клієнти не повертаються за другою покупкою. Очевидно, що якщо збільшити повторний продаж, бізнес просто «взлетить».

*Churn rate* — це частка клієнтів, що пішли за якийсь період часу. Визначивши цей показник на основі історичних даних, ми можемо будувати прогнози кількості клієнтів, майбутньої виручки та цінності клієнта за весь цикл життя.

Цей показник добре працює у бізнесі підписок, де є явна подія відходу клієнта — відмова, відписка. У e-commerce, однак, такої події немає, клієнт просто перестає купувати з якихось невідомих причин. Він фактично пішов, нам уже важко на нього розраховувати, але як визначити факт відходу? А раптом він повернеться?

Критерій відходу доводиться визначати самостійно і це, як правило, тимчасовий критерій. Іноді задати межу життєвого циклу простіше, наприклад, у магазині товарів для немовлят, іноді складніше, наприклад, у гіпермаркеті побутової техніки.

Одним із варіантів є прив'язатись до періоду неактивності клієнта. Особливо логічно виходить, якщо в бізнесі вже розраховані критерії відходу для інших видів аналізу. Ми можемо визначити когорту тих споживачів, що «пішли», як тих клієнтів, хто не робив покупки мінімум 1 рік. Таких у нас вийшло 100 осіб із 1711. Ми знаємо їх ID в базі і можемо обчислити їх у нашій когортній сегментації.

Знаючи, скільки клієнтів пішло, далі ми можемо обчислити кількість актуальних клієнтів (тих, які залишилися). І відповідно після цього можемо розрахувати коефіцієнт відтоку (*Churn rate*), який розраховується як частка тих клієнтів, які пішли, у загальній кількості клієнтів.

Обчисливши значення цього показника для кожної когорти і кожного періоду, ми спостерігаємо іншу проблему *Churn rate* у e-commerce — він нелінійний у часі. Оскільки найбільше клієнтів роблять лише одну покупку, то через заданий період часу неактивності відбувається лавиноподібний відтік. Виходить, що якщо ми розрахуємо середньоквартальний відтік клієнтів, то ця цифра не скаже нам зовсім нічого.

І все ж *churn rate* можна застосовувати в e-commerce. Ми не зможемо зробити прогноз на довільний період часу в майбутньому, але можемо, дивлячись на перші когорти, передбачити відтік у другий квартал, третій і т.д. наскільки вистачить у нас історії. Наприклад, у нас, за нашими правилами визнання клієнтів, вийшло, що *churn rate* вперше з'явився в п'ятому кварталі життєвого циклу і становить у середньому 60,5%, у шостому — 9,7%.

При розрахунку показника Customer Lifetime Value в e-commerce ми стикаємося з тими самими питаннями неоднозначної тривалості життєвого циклу та його нелінійності у часі. Але якщо ми вже дали на них відповідь, то і CLV обчислимо з тими ж застереженнями.

Взагалі, CLV – це середній прибуток, отриманий за середній життєвий цикл середнього клієнта. Порахувати її можна різними способами, при цьому потрібно бути готовим до того, що і результати можуть виявитися різними через усереднення.

Отже, нам потрібний середній прибуток на клієнта за середній життєвий цикл. Щоб отримати цю величину, візьмемо середній прибуток на клієнта за квартал та помножимо на середню тривалість життєвого циклу

І AMPU, і churn rate у e-commerce нелінійні, тобто залежать від періоду часу, за який ми робимо вибірку. Щоб мінімізувати проблему нелінійності, візьмемо їх за першою когортою, яка має максимальне охоплення за часом. В результаті обчислень, ми отримуємо CLV \$1,448, при тому, середня тривалість Lifetime у нас склала 6,6 кварталів.

**Висновки.** Сенс розрахунку показника CLV у тому, що дослідивши поведінку деяких ключових метрик бізнесу у минулому, ми маємо можливість будувати прогнози прибутку у майбутньому. При цьому одним із найважливіших застосувань CLV є обчислення меж прийнятних витрат на залучення клієнта (customer acquisition cost — CAC). Робиться це шляхом зіставлення CAC і CLV. Співвідношення CLV та CAC дає змогу оцінити успішність маркетингової стратегії. Якщо це відношення менше 1, це означає, що бізнес збитковий; якщо дорівнює 1 — кошти з кожного клієнта втрачаються; якщо більше 3 — ефективність бізнес-моделі є на еталонному рівні.

*Список використаних джерел:*

1. Alscher D. 43 Marketing Metrics to Show Your Boss You're Killing It. URL: <https://learn.g2.com/marketing-metrics#g> (дата звернення 13. 03.2021).
2. I.M. Crawford. Marketing Research and Information Systems. Food & Agriculture Org., 1997. 121 p. URL: <https://www.fao.org/3/w3241e/w3241e02.htm>
3. Lifetime Value (LTV) | Definition. Adjust : веб-сайт. URL: <https://www.adjust.com/glossary/lifetime-value>
4. Аналіз даних у електронному маркетингу. Espotnik : веб- сайт. URL: <https://esputnik.com/blog/analiz-dannyh-v-elektronnom-marketinge-statya-3-kogortnyu-analiz-i-ltv>
5. Марець О. Р., Панчишин Т. В., Прокопович-Павлюк І. В. Сучасні бізнес-метрики оцінки ефективності маркетингових заходів. Вісник ОНУ імені І. І. Мечникова. 2021. Т. 26. Вип. 1(86).

**Marets Oksana, Yuliia Ruda**

*Ivan Franko Lviv National University*

COHORT ANALYSIS, CHURN RATE AND CUSTOMER LIFETIME VALUE USAGE IN MARKETING ANALYTICS

*Keywords:* marketing, statistics, cohort analysis, churn rate, customer lifetime value, analytics.

**Наталія Рудковська**

*Львівський національний університет імені Івана Франка, УКРАЇНА, м. Львів, просп. Свободи, 18,*

*E-mail: rudkovskanatalia@gmail.com*

## **ДІЯЛЬНІСТЬ АТ «УКРЗАЛІЗНИЦЯ» ПІД ЧАС ПІД ВОЄННОГО СТАНУ**

Природні монополії є особливими суб'єктами економіки, що виробляють унікальний продукт або надають специфічну послугу. Вони діють у найбільш соціально значущих галузях та тісно взаємодіють з усіма секторами економіки, тому чинять вплив не лише на економічну, але й фізіологічну безпеку громадян держави. Зокрема, АТ «Укрзалізниця» є національною компанією, що здійснює монополні залізничні перевезення пасажирів та вантажів. Особливо критичною виявилася її роль під час повномасштабного військового російському вторгнення в Україну 24 лютого 2022 року.

О. Кашимін, генеральний директор АТ «Укрзалізниця», зазначив: «у мирний час залізниця була головною артерією економіки, під час війни вона є опорою безпеки». Евакуація населення та перевезення гуманітарної допомоги стали частиною її щоденної системної роботи, де уже налагодився спеціальний «воєнний» графік.

До війни компанія забезпечувала 82% вантажних та майже 50% пасажирських перевезень усіма видами транспорту. За обсягами вантажоперевезень українська залізниця посідає четверте місце на євразійському континенті. Варто також зауважити важливу роль АТ «Укрзалізниця» як найбільшого роботодавця країни – зі штатом 231 000 співробітників, виторгом \$3,2 млрд та прибутком \$17 млн (у 2021 році). Перед пандемією COVID-19, УЗ щорічно перевозила приблизно 150 млн пасажирів [2].

В умовах війни – небезпеки життю населення, складної морально-психологічної ситуації та невизначеності для бізнесу, перед урядом постало першочергове завдання: швидко організувати розірвані ланцюги постачань, забезпечивши якісну альтернативу морським перевезенням.

Значущість виявляється не лише у стабільній роботі енергосистеми та обороноздатності нашої країни, але й у забезпеченні продовольчої безпеки світу, адже Україна забезпечує агропродовольством 400 млн людей. Тому сьогодні в умовах російсько-української війни, Європа зазнає другої за масштабністю агропродовольчої кризи, з часові Другої світової війни [1].

Керівництво АТ «Укрзалізниця» зазначає, що до війни у врожайний сезон через порти перевозили до 7 мільйонів тонн зерна на місяць. Сьогодні, через блокаду та замінування морських шляхів нашої країни, російськими окупантами, зерно перевозять залізницею в обсязі 1 мільйон тонн на місяць. На меті стоїть створення комплексної програми організації залізничних перевезень, що дозволила б збільшити їх 5 мільйонів тонн зерна щомісячно.

Вантажоперевезенням до війни приносили АТ «Укрзалізниця» понад 90% доходу. За 10 днів березня, за даними GMK Center, обсяг залізничних вантажних перевезень в Україні впав майже на 70%. Однак уже з 18 березня вдається поступово нарощувати обсяги, як звітують у керівництві компанії [3].

Основні завдання та напрямки діяльності АТ «Укрзалізниця» в умовах воєнного стану:

1) *Евакуація населення.* З першого дня повномасштабної війни, в АТ «Укрзалізниця» усі рейси зі сходу в напрямку заходу України зробили евакуаційними та закрили продаж квитків на них. Діють спеціальні щоденні графіки поїздів, якими пасажири можуть виїхати із гарячих точок безкоштовно.

2) *Забезпечення логістики гуманітарної допомоги.* Укрзалізниця закуповує продукти та у співпраці з Гуманітарним штабом розвозить їх по регіонах. Для безпечного доставлення в тимчасово окуповані населені пункти, залучають допомогу міжнародних гуманітарних організацій. На реалізацію цього та інших завдань уряд виділив компанії 18 млрд грн [4].

3) *Експорт агропродовольства до Європи.* Зокрема, поступова масштабна переорієнтація імпортерів та експортних вантажних перевезень із портів на залізничну інфраструктуру. Спільно з Мінекономіки залізниця пропонує приватному бізнесу налагоджувати залізничне сполучення із Польщею, Словаччиною, Угорщиною та Румунією, забезпечуючи підприємців залізничною інфраструктурою. Також АТ «Укрзалізниця» спільно з Міністерством аграрної політики, допомагає аграріям з логістикою дизпального та добрив [5].

Таким чином, з початку російського військового вторгнення в Україну, залізниця стала фактично основним транспортом, який взяв на себе перевезення людей з охоплених бойовими діями регіонів, потоки вантажів, які стало неможливо везти морськими суднами, зруйнованими автошляхами та закритим повітряним простором.

*Список використаних джерел:*

1. А що в нас з експортом та імпортом? Як Україна торгує в умовах війни [Електронний ресурс] – Електронні дані – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/03/25/684674/>
2. Каціло Д. Неєфективна «Укрзалізниця» перетворилася на машину з порятунку мільйонів українців. Як компанію переставили на воєнні рейки [Електронний ресурс] – Електронні дані – Режим доступу: <https://forbes.ua/company/neefektivna-ukrzeliznitsya-peretvorilasya-na-mashinu-iz-poryatunku-milyoniv-ukraintsiv-yak-kompaniyu-perestavili-na-voenni-reyki>
3. Колісніченко В. «Укрзалізниця» у першому кварталі скоротила перевезення вантажів на 18,5% [Електронний ресурс] – Електронні дані – Режим доступу: <https://gmk.center/ua/news/ukrzeliznytsia-u-pershomu-kvartali-skorotylya-perevezennia-vantazhiv-na-18-5/>
4. Продбезпека: держава закуповуватиме в українських виробників соціальні продукти [Електронний ресурс] – Електронні дані – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/03/18/684305/>
5. Україна почала експортувати зерно в ЄС залізницею [Електронний ресурс] – Електронні дані – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/03/27/684755/>

**Nataliia Rudkovska**

*Ivan Franko National University of Lviv, Ukraine*

*E-mail: rudkovskanatalia@gmail.com*

**ACTIVITIES OF JSC "UKRZALIZNYTSIA" DURING MARTIAL LAW**

This paper presents priority areas of activity of the JSC "Ukrzaliznytsia" during martial law in Ukraine. In fact the railway became main transport, which took over the transportation of people from the war-torn regions, the flow of humanitarian goods, food. In the article is described the main way to act JSC "Ukrzaliznytsia" to help ensure national security in times of war.

*Keywords:* natural monopoly, rail transportation, martial law, food crisis.

**Олександр Рудницький**  
 Львівський національний університет імені Івана Франка  
 E-mail: OLEKSANDR.RUDNITSKYI@lnu.edu.ua  
**ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ БНК В УКРАЇНІ**

Багатонаціональні компанії (надалі БНК) стали не тільки невід'ємною частиною економіки фактично кожної країни світу, а й почали значно впливати на її структуру. У минулому економічні зв'язки між країнами будувалися через міжнародні потоки товарів і послуг, а тепер за сприяння багатонаціональних компаній, відносини інтенсифікуються та організація процесу виходить на новий якісний рівень. Власне БНК відіграють сьогодні чи не основну роль у розвитку національних економік, пришвидшують науково-технічний прогрес, визначають напрямки вкладення прямих іноземних інвестицій (надалі ПІІ), відкривають доступ до міжнародного фінансового ринку.

Однак вважаємо, що з-поміж наведених вище інструментів впливу міжнародних компаній на національні економіки країн основним є ПІІ. Адже саме БНК є головними суб'єктом у міжнародній інвестиційній діяльності. Зміна потоків грошових коштів дають змогу робити попередні висновки про їхню діяльність на національному ринку кожної країни, у тому числі й України (табл. 1).

Таблиця 1

**Динаміка надходження ПІІ в економіку України у 2015-2021 роках**

Рік	Інструменти участі в капіталі (млн. дол. США)	Темпи приросту інструментів участі в капіталі до попереднього року, (%)	Боргові інструменти (млн. дол. США)	Реінвестовані (нерозподілені) доходи (млн. дол. США)
2015	584,4	-	-915,3	-3 418,6
2016	4 076,4	597,5	-21,0	526,4
2017	3 024,9	-25,8	702,0	1489,9
2018	4 069,0	34,5	663,2	2 597,0
2019	4 909,1	20,7	1 108,3	3 250,3
2020	272,4	-94,4	-308,4	-487,7
2021	5 364,0	1869,2	1 184,9	4 178,4

Джерело: складено автором на основі [3]

Динаміка ПІІ в економіці України, а саме інструментів участі в капіталі та реінвестованих доходів, показує, що загалом простежувалась позитивна тенденція зростання у 2015-2021 роках (+1 287,6 млн дол. США у 2021 р. в порівнянні з 2016 р.). Проте ми можемо чітко помітити дві кризи національної економіки у 2015 та 2020 році.

Своєю чергою бачимо різну поведінку БНК у даних кризах. У 2015 році в основному компанії не зменшували свою ділову активність. На це нам вказує -3 418,6 млн дол. США нерозподілених доходів, тобто БНК зазнали значних збитків. У 2020 році міжнародні компанії перенесли глобальну кризу легше, адже вони різко скоротили інвестиції в економіку, тим самим отримавши менші втрати у порівнянні з 2015 роком. Тому, з одного боку, простежується тенденція до зростання ПІІ в економіку України протягом досліджуваного періоду, а з іншого бачимо значне зменшення інвестицій в періоди криз, але із швидким відновленням темпів у наступні роки.

Окрім цього діяльність багатонаціональних компаній та їх роль у вітчизняній економіці варто оцінювати через призму країн походження інвестицій. На основі даних Національного банку України, розглядаючи десять країн, із яких надходило найбільше прямих іноземних інвестицій, варто виділити наступні особливості:

- Всі найбільші постачальники ПІІ – країни Європи;
- Значно зросла частка Швейцарії та Німеччини, які у порівнянні із 2015 роком збільшили інвестиції на 2 701% та 1 183% відповідно;
- Помітну роль відіграють інвестиції з таких країн, як: США, Японія та Китай, сумарні значення яких в інструментах участі в капіталі на 2021 рік, становили 99,4 млн. дол. США;
- Серед безпосередніх сусідів України великі обсяги інвестицій надають Угорщина, Словаччина та Польща. Проте перша із них загалом зменшила вкладення коштів, а інші дві помітно збільшили.

Особливої уваги в економіці України заслуговують філії іноземних корпорацій, найбільшою з яких є ПАТ «Арселор Міттал Кривий Ріг», що входить до індійської металургійної компанії «Arcelor Mittal». Наступними серед представників світових компаній ідуть «Philip Morris», філії яких займали 30 місце серед найбільших компаній у 2020 році, «Bunge» (37 місце), «British American Tobacco» (44 місце), «Samsung» (48 місце) та ін. У свою чергу «British American Tobacco» у рейтингу представлена двічі українськими філіями, а саме через ТОВ «Бритіш Американ Тобакко Сейлз Енд Маркетинг Україна» і ПрАТ «А/Т Тютюнова компанія «В.А.Т. – Прилуки» (44 та 150 місця). Аналогічно двічі у рейтингу зазначена швейцарська «Philip Morris» через українські ТОВ «Філіп Морріс Сейлз Енд Дистриб'юшн» та ПрАТ «Філіп Морріс Україна» (30 та 83 місця) [1].

На ринку України БНК представлені переважно в агропромисловому секторі, дохід якого у 2020 році склав 171,98 млрд грн. Помітна частина світових компаній зайнята у дистрибуції: «Bayer Global Investment» (США), «Toyota Group» (Японія), «Samsung» (Південна Корея), «Procter&Gamble» (США) (рис. 1).

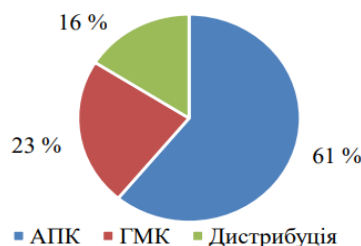


Рис. 1 Розподіл підрозділів світових БНК серед 200 передових компаній України за рівнем доходу, 2020 р. [2, с. 66]

У харчовому секторі України БНК також відіграють помітну роль. Тут представлені американські «PepsiCo» та «Coca-Cola» (виробництво соків та напоїв), «Nestle» (виробництво кондитерської продукції і соусів), нідерландська «Kraft Foods» (виробництво кондитерської продукції) та ін. Завдяки їхнім інвестиціям ми спостерігаємо позитивні тенденції: зменшення імпорту в цьому секторі; зростання кількості робочих місць; розвиток суміжних секторів економіки (сільське господарство, транспорт, оптова та роздрібна торгівля); популяризація ресурсоефективного та екологічно чистого виробництва [4].

Найбільші прибутки на українському ринку серед світових компаній, найкращі показники має «Philip Morris» (3 059,33 млн грн.), також високі показники у «British American Tobacco», «Bayer Global Investment» та «Toyota Group», при цьому між першою та останньою існує досить помітна різниця у 1 930,77 млн грн. Одночасно із цим деякі компанії, незважаючи на високі доходи, у 2020 році зазнали збитків: «COFCO» на 173,24 млн грн., «PepsiCo» на 250,3 млн грн., «Interbrew YNTR» – на 493,04 млн грн. Але найбільш невдалим 2020 фінансовий рік став для «Nestle» - збиток на суму 800,82 млн. грн. Хоча й «British American Tobacco» через свою філію «Бритіш Американ Тобакко Сейлз Енд Маркетинг Україна» отримала збиток у 73,34 млн грн., але й отримала прибуток через іншу філію - «В.А.Т. – Прилуки» - 1 467,77 млн грн. [1].

На території України сформоване помітне представництво багатонаціональних компаній, роль яких не варто недооцінювати. Адже завдяки їм в економіку країни надходять великі обсяги прямих іноземних інвестицій. Враховуючи зазначені тенденції діяльності транснаціональних компаній, можна стверджувати про збільшення участі в економічному житті України компаній із країн Європи, особливо в агропромисловому та гірничодобувному секторі. Вважаємо, що створення сприятливих інституційних норм від держави є не менш важливим аспектом за безпосереднє залучення інвестицій БНК в економіку.

*Список використаних джерел:*

1. Віннічук Ю. 200 найбільших компаній України 2020 року. *Бізнес Цензор*. 2021. URL: <https://biz.censor.net/r3268870>.
2. Сімахова А.О., Грицик Т. О. Сучасна транснаціоналізація економіки України. *Економіка, управління та адміністрування*. 2021. 64 с.
3. Статистика зовнішнього сектору України за період 2015-2021 рр. Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-external#5>.
4. Mykhalchenko I. Economic effects of foreign direct investment in host-country markets. *Економічний вісник*. 2021. 108 с.

**Rudnitskyi O.**

*Ivan Franko National University of Lviv*

*oleksandr.rudnitskyi@lnu.edu.ua*

MNC INVESTMENT ACTIVITIES IN UKRAINE

*Abstract:* The investment activity of multinational companies in the economy of Ukraine is considered, which areas attract the most foreign direct investment and which branches are present in the Ukrainian market.

*Keywords:* multinational company, foreign direct investment, investment, branches of foreign corporations.

Аліна Сінкевич

Львівський національний університет імені І.Франка

sinkevychalina@gmail.com

## ВПРОВАДЖЕННЯ ЗАХОДІВ ДЛЯ ЗНИЖЕННЯ НЕГАТИВНИХ НАСЛІДКІВ КОНФЛІКТІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Сьогодні варто розуміти, що конфлікти можна часто зустріти в повсякденному житті і це норма. Проте потрібно врахувати той факт, що конфліктна ситуація на підприємстві може мати різноманітні наслідки: починаючи від дрібниць (зауваження щодо поведінки на робочому місці), закінчуючи банкрутством даного підприємства. Все залежить від учасників даного конфлікту. Саме тому тема, яка стосується впровадження заходів для зниження негативних наслідків конфліктів є актуальною.

Вирішити міжособистісний конфлікт завжди було дуже складно, враховуючи той факт, що зазвичай обидва його учасники вважають себе правими. В більшості випадків важко раціонально та об'єктивно оцінити конфліктну ситуацію через те, що ними панують негативні емоції.

Дуже часто учасники конфлікту бачать боротьбу єдиним способом вирішення проблеми. На жаль, вони забувають про інші можливості, не беруть до уваги, що можуть домогтися більшого, якщо конструктивно вирішать дану ситуацію.

На сьогоднішній день існує велика кількість підприємств, різних за розміром, терміном існування та іншими чинниками поділу. Проте в усіх є одне спільне – наявність виробничих, організаційно-управлінських та міжособистісних відносин. Вони охоплюють особистості співробітників загалом, але між ними ніколи не існує повної взаємозгодженості. Жодна організація, навіть найуспішніша, не може функціонувати як відмінно налагоджений механізм годинника.

До виникнення конфлікту призводить таке зіткнення інтересів, потреб, поглядів, цілей, мотивів, при якому з'являється протидія сторін. Соціальна протидія – це такий вид спілкування, поведінка і діяльність, ціллю якого являється нанесення моральної або матеріальної шкоди опоненту або супротивнику. Саме протидія є ядром соціального конфлікту.

Всередині кожної стадії конфлікту може розвиватися як конструктивно (посилення групової динаміки розвитку колективу) так і деструктивно (розвал колективу). Тільки при раціональній поведінці керівника і опонентів (учасників конфлікту), при загальному усвідомленні необхідності подолання кризової ситуації, конфлікт може бути розв'язаний з найменш негативними наслідками.

Для того, щоб ефективно вирішити конфлікт, зрозумівши механізм розвитку конфлікту, менеджер повинен не лише добре усвідомлювати проблему конфлікту, але і знати передумови і причини виникнення даної конфліктної ситуації.

Причиною виникнення будь-якого конфлікту є протиріччя, а протиріччя виникають там, де є неузгодженість: цілей, інтересів, позицій; думок, поглядів, переконань; особистісних якостей; міжособистісних відносин; знань, умінь, спроможностей; функцій керування; засобів, методів діяльності; мотивів, потреб, ціннісних орієнтацій; розуміння інтерпретації інформації; оцінок і самооцінок.

Саме тому в теорії і практиці управління конфліктами в виробничих ситуаціях відомі дві стратегії: попередження конфліктів і вирішення конфліктів. Стратегія попередження конфліктів створює умови, в яких можливе зведення конфліктів до мінімуму, а стратегія вирішення – має на меті зупинення протистояння сторін і пошук прийнятної для них вирішення проблеми.

Всередині стратегій розв'язання конфліктних ситуацій можна використовувати різного виду технології. Серед них найбільш часто використовуваними є переговори і посередництво.

Переговори між сторонами, які потрапили у конфлікт, передбачають налагодження діяльності в русло врегулювання суперечностей, що виникли між соціальними суб'єктами на ґрунті взаємної залежності і розбіжності інтересів. Посередництво передбачає участь третьої незацікавленої сторони. При цьому виділяють три типи посередництва, такі як формальне (використовується у вирішенні трудових спорів), неформальне і суспільне (використовується громадськими організаціями).

Також важливо усвідомлювати, що чим швидше конфлікт буде вирішений, тим менше негативних наслідків він принесе для підприємства. Для того, щоб було легше керувати конфліктами у антикризовому управлінні виділяють такі види діяльності, як:

- прогнозування конфліктів і оцінка їхньої функціональної спрямованості;
- попередження або стимулювання конфлікту;
- регулювання конфлікту;
- розв'язання конфлікту.

При виникненні конфліктної ситуації потрібно розуміти, що вони виникають в кожному колективі, в кожному підприємстві, навіть найуспішнішому. Важливо якнайшвидше і якомога ефективніше вирішити конфлікт, щоб він приніс мінімум негативних наслідків для організації, і створити умови, за яких дана ситуація не повториться в майбутньому.

**Висновки.** Отже, завдяки своєчасному вирішенню конфліктних ситуацій будь-яке підприємство зможе з легкістю досягти планових фінансово-економічних цілей за рахунок згуртованої роботи колективу.

Потрібно розуміти, що сам керівник, а не тільки учасники колективу, повинен бути зацікавлений в тому, щоб конфлікт, який виник в його організації в результаті впровадження антикризових заходів, був якнайшвидше вичерпаний, оскільки його наслідки можуть нести моральну і матеріальну шкоду. Для цього він має провести аналіз конфлікту та визначити і на практиці застосувати метод його розв'язання, який найкраще буде підходити під конкретну ситуацію.

Менеджерам, які розробляють і впроваджують антикризові заходи, потрібно вміти передбачати, аналізувати і вміти розв'язувати конфлікти, які можуть виникати в ході реалізації антикризової стратегії, тобто застосовувати механізм антикризового управління конфліктами.

### Список використаних джерел:

1. Крушельницька О.В., Мельничук Д.П. Управління персоналом. Київ : Кондор, 2016. 296 с
2. Довгань Н.В. Методи управління конфліктами, роль керівника у профілактиці конфліктів. Вісник Української академії державного управління при Президентові України. 2014. Вип. 12/2014. № 4. С. 223–228.
3. Іванюта С. Антикризове управління. Навч. посіб. - К.: Центр навчальної літератури, 2017.-245 с
4. Андрійчук В. Г. Економіка аграрних підприємств : підручник / В. Г. Андрійчук. – К. : ІЗМН, 2015. –512 с.
5. Механізм забезпечення економічної безпеки підприємств / В.І. Торкатюк та ін. URL: <http://eprints.kname.edu.ua/38672/1/164-165.pdf>
6. Розвиток інструментів запобігання та зниження негативних наслідків управлінських конфліктів <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4484>
7. Управління конфліктами у кризовій ситуації в цілях підвищення фінансової безпеки підприємства [https://economyandsociety.in.ua/journals/10\\_ukr/66.pdf](https://economyandsociety.in.ua/journals/10_ukr/66.pdf)
8. Трудові конфлікти на підприємстві: загальна характеристика <https://osvita.ua/vnz/reports/psychology/29161/>

9. Конфлікти на підприємстві. Попередження та вирішення конфліктних ситуацій [https://studme.com.ua/19390825/ekonomika/konflikty\\_predpriyatii\\_preduprezhdenie\\_razreshenie\\_konfliktnyh\\_situatsiy.htm](https://studme.com.ua/19390825/ekonomika/konflikty_predpriyatii_preduprezhdenie_razreshenie_konfliktnyh_situatsiy.htm)

10. Управління конфліктами як важливий елемент організаційної культури [http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/47\\_2020\\_ukr/21.pdf](http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/47_2020_ukr/21.pdf)

**Sinkevych A.A.**

*The Ivan Franko National University of Ukraine*

#### IMPLEMENT MEASURES TO REDUCE THE NEGATIVE EFFECTS OF CONFLICTS IN THE ENTERPRISE

*Abstract:* Today it should be understood that conflicts can often be found in everyday life and this is the norm. However, it is necessary to take into account the fact that the conflict situation in the company can have various consequences: from small things (comments on behavior in the workplace), to the bankruptcy of the company. It all depends on the participants in this conflict. That is why the topic of implementing measures to reduce the negative consequences of conflicts is relevant.

*Keywords:* conflicts, conflict situation, anti-crisis management, conflict resolution, anti-crisis strategy

Світлана Сас

Львівський національний університет імені Івана Франка  
svitlana.sas@lnu.edu.ua

## ФІНАНСОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ УНІВЕРСИТЕТІВ В КОНТЕКСТІ УПРАВЛІННЯ ЇХНЬОЮ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ

Тенденції і перспективи розвитку вітчизняних державних університетів, як суб'єктів господарювання сучасних ринкових відносин, у теперішніх умовах постають перед щоденними й глобальними викликами формування ефективного фінансового потенціалу, а отже їхньої економічної безпеки. Сьогодні на функціонування кожного закладу вищої освіти (ЗВО) та його економічну безпеку впливає низка факторів, як зовнішніх, так і внутрішніх. Окрім цього, важливо наголосити, що ЗВО мають свої структурні особливості та зацікавлені сторони, самостійно формують науковий потенціал й інтелектуальну власність, характеризуються академічною репутацією та своїм місцем у національних і міжнародних рейтингах.

Під економічною безпекою ЗВО вітчизняні автори розуміють економічну захищеність закладу освіти та інтересів його учасників від зовнішніх і внутрішніх загроз, що дозволяє надійно зберегти й ефективно використовувати фінансовий потенціал для виконання своєї місії [1]. Інша думка щодо тлумачення цього ж поняття – це система наявних ресурсів, яка забезпечує його життєдіяльність, функціонування і розвиток та потребує захисту від дестабілізуючих чинників, небезпек та загроз у висококонкурентних умовах ринку освітніх послуг [2]. Проаналізувавши сутність, зміст та основні складові економічної безпеки ЗВО, підходи до розуміння поняття іншими вченими, на наш погляд, цілком справедливо Захаров О.І. і Лаптев М.С. пропонують розглядати економічну безпеку ЗВО з двох позицій, а саме: 1) як стабільний стан внутрішнього середовища ЗВО, що дає можливість стабільно функціонувати в умовах високого рівня конкуренції та здійснювати підготовку здобувачів вищої освіти; 2) як сприятливий стан зовнішнього середовища, чинники якого завжди мають позитивний або негативний, прямий і непрямий вплив на діяльність і економічну безпеку ЗВО [3].

В умовах сучасних викликів і загроз управління економічною безпекою ЗВО і контроль за нею дасть можливість забезпечити безперервний процес функціонування усіх напрямів роботи й досягнення стратегічного розвитку. Існує тісний взаємозв'язок економічної безпеки кожного ЗВО із національною безпекою та економічною країни, регіону, системи вищої освіти загалом. Так, відсутність стійкого потенціалу ЗВО, у тому числі фінансового і негативний вплив внутрішніх й зовнішніх факторів на них беззаперечно формують ризики і загрози безпеці. Водночас, за останні роки можна стверджувати, що такі глобальні форс-мажорні виклики, як військовий конфлікт на Сході України, анексія Криму у 2014 році, світова пандемія COVID-19, російське вторгнення в Україну 2022 року, які порушили національну безпеку, несуть суттєві загрози, зокрема, кожному вітчизняному ЗВО.

Беручи до уваги прагнення України до інтеграції в ЄС, ЗВО, які знаходяться в різних регіонах країни, постають в умовах російської агресії перед серйозними викликами і загрозами їхній економічній безпеці (рис. 1).



Рис. 1 Виклики перед економічною безпекою ЗВО України у період воєнного стану

Загрозами економічній безпеці системи вищої освіти України в умовах широкомасштабного російського вторгнення є, передусім, проблемні аспекти окремих ЗВО, зокрема, втрата майна, кадрового потенціалу тощо; їхнє переміщення в інші регіони; неможливість забезпечення провадження освітньої, наукової, міжнародної та ін. діяльності, повноцінного надання послуг і функціонування загалом; економічний спад (перерозподіл пріоритетності галузей національної економіки, обмеження бюджетного фінансування, інфляційні коливання, зuboжіння населення); формування контингенту здобувачів освіти (відтік їх закордон чи у безпечніші регіони, зміна споживчого попиту); сповільнення стратегічного розвитку ЗВО.

На сьогодні в умовах трансформації економіки України, євроінтеграції актуальними є питання ризиків та загроз економічній безпеці кожного державного університету, особливо, політична і соціально-економічна ситуація в країні, що формує національну



безпеку і має значний вплив на їхнє внутрішнє середовище. Умови правового режиму воєнного стану в країні несуть загрози стійкості й стабільності кожному ЗВО, у тому числі формуванню фінансового потенціалу та їхньому подальшому розвитку.

*Список використаних джерел:*

1. Гаман П.І., Гаман Н.О. Економічна безпека навчального закладу як складова процесу державного управління освітою. *Європейський науковий журнал Економічних та Фінансових інновацій*. 2018. №2. С. 29-38.
2. Драган О.І., Мазник Л.В. Економічна безпека вищого навчального закладу: теоретико-методичні підходи. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки*. 2018. Вип. 30. Част. 1. С. 79-83.
3. Захаров О.І., Лаптев М.С. Сутність, зміст та основні складові економічної безпеки закладів вищої освіти. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2021. №3 (63). С. 9-21.

**Svitlana SAS**

*Ivan Franko National University of Lviv*

#### FINANCIAL POTENTIAL OF UNIVERSITIES IN THE CONTEXT OF MANAGING THEIR ECONOMIC SECURITY

Trends and prospects for the development of Ukrainian state universities as economic entities in modern conditions face daily and global challenges to build up effective financial potential and economic security of universities, which is a priority of current and strategic management. The relationship of economic security of universities with national security, economic security of the country, a region, higher education system in Ukraine today has an unconditional reflection of the impact, especially in the legal regime of martial law in the country. Under such conditions, the efficiency of higher education institutions decreases, the possibility of forming sustainable financial potential and further development is limited, which becomes a threat to their economic security.

*Keywords:* challenges, economic security, financial potential, threats, university.

**Ігор Семенчук**

*Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова*  
semeigor0@gmail.com

## **ПРОБЛЕМИ ТІНЬОВОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПОДОЛАННЯ**

З переходом до ринкової економіки перед Україною постала проблема трансформації національної економіки.

Одним із дестабілізуючих факторів, що істотно впливає на економіку, є наявність важливого тіньового сектору економіки.

Тіньова економіка практично вільна від соціального контролю над виробництвом, розподілом, обміном і споживанням матеріальних благ, цінностей і послуг.

Історія тіньової економіки починається з виникнення держави, а потім і деяких її характеристик. Питання тінізації економіки набуло важливого значення наприкінці 20 століття, коли тіньовий сектор почав пронизувати майже всі сфери економічних і соціальних відносин у всіх країнах [2].

Через негативні очікування в Україні домінує процес масштабного та швидкого відстеження коштів для запобігання можливим втратам капіталу. Зменшення кількості нелегально найнятих працівників та офіційно виплаченої заробітної плати працівникам значно нижчі.

В Україні, що тінізаційний процес української економіки має тенденцію до «страхування ризиків» через вилучення капіталу з легального обігу, що створює умови для поглиблення кризи.

Основними передумовами високої тінізації національної економіки залишаються неефективні інституційні основи регулювання підприємництва та незадовільні умови ведення бізнесу.

Причин даної економіки достатньо. Їх можна поділити на чотири головні категорії: фінансово-економічні, соціально-політичні, правові та адміністративні.

В Україні основними причинами тіньової економіки є:

- відсутність зрілого ринкового середовища, відсутність інституційного забезпечення економічної політики; слабе управління державними активами та захист прав та інтересів власників, системні дефекти в податковій системі;

- незбалансована політика державного контролю;

- недосконала фіскальна політика; викривлення структури зайнятості; недоліки в судовій діяльності та корупція. [1].

Для України, актуальність тіньової економіки досить значна. Правове свавілля та корупція, незбалансована та деградована системи державного управління, гальмують розвиток фінансової кризи [5].

Український уряд діє на пониження розмірів тіньової економіки та має враховувати позитивний досвід цих країн і вирішувати цей процес системно та комплексно, зокрема:

1. Опіраючись на досвід польського уряду, введення заборони на економічну діяльність осіб, які вчинили тяжкі податкові злочини.

2. Використання французького досвіду для обмеження можливостей національних структур вести імпортно-експортний бізнес з компаніями в офшорних зонах [4].

3. Вивчаючи досвід Великобританії та України у боротьбі з корупцією, як основним чинником розвитку тіньової економіки, необхідно підвищити довіру населення до влади, посилити незалежність судів, посилити покарання за хабарництво.

4. Покращення економічної діяльності та покращення міжвідомчої співпраці.

Для зниження руху у сфері економічних зв'язків, необхідно створити належну взаємодію та передачу інформації між установами держави [3].

Тому поточний процес політичної та економічної реструктуризації в Україні свідчить, що серед багатьох проблем, які загрожують економічній безпеці країни та потребують повного вирішення, особливої уваги заслуговує проблема тіньової економіки.

Отже, досить негативно впливає на соціальний розвиток тіньова економіка. Саме наслідки тіньової економіки спричиняються суттєво катастрофічно, оскільки вони спотворюють свідомість людей, а напрямок усунення тіні економіки України є основою для подальшої розробки плану детнізації економіки України.

*Список використаних джерел:*

1. Варналій З. Шляхи детнізації економіки України та її особливості / З. Варналій // Банківська справа. – 2007. – № 2. – С. 56-66;
2. Пічугіна Ю.В., Чорна А.В. Специфіка функціонування тіньової економіки ЄС. Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. № 5. С. 71–74.
3. Приварникова І.Ю., Степанюк К. В. Тіньова економіка України: причини, обсяги та шляхи їх зменшення // Вісник ЗІДМУ.— Запоріжжя: Вид-во ЗІДМУ. 2010.— № 9. С. 166-168.
4. Савченко І.Г. Тіньовий сектор економіки України: аналіз стану та напрями детнізації / І. Г. Савченко, А.Е. Іорданов // Зовнішня торгівля: право, економіка, фінанси.— 2012.— № 3. С. 108.
5. Тіньова економіка та її роль в економіці України / О.М. Морицян, В.Ф. Морицян, Б.М. Стефанишин. Вісник Прикарпатського університету. Економіка. 2014. Вип. 10. С. 61–66.

**Igor Semenchuk**

*Leonid Yuzkov Khmelnytsky University of Management and Law*

## **PROBLEMS OF THE SHADOW ECONOMY OF UKRAINE AND WAYS TO OVERCOME IT**

The peculiarities of shadow policy in Ukraine are studied. The analysis carried out on the basis of entrepreneurial activity. Problems on the part of the economy have been identified.

*Keywords:* shadow economy, use, threat, crisis, negative, experience.

**Олег Сенік**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*  
*osenyk96@gmail.com*

## **ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ КРИПТОВАЛЮТ**

Роль фінансових технологій у фінансових сферах зростає швидкими темпами. Глобальні тенденції свідчать про зменшення обсягу використання готівки, електронні платежі все частіше здійснюються без використання платіжних карток і банківських послуг. Водночас продовжується еволюція криптовалютних систем, зокрема зростає попит на стейблкоїни – цифрові активи, які намагаються запропонувати стабільність ціни, порівняно з незалежними криптовалютами. Бажаючи зберегти свій вплив в платіжних системах та довіру громадян до власної валюти центральні банки роздумують над випуском своєї електронної валюти.

За даними Банку міжнародних розрахунків (BIS), 80% опитаних ним центробанків так чи інакше працюють над проєктами з випуску власної цифрової валюти [1].

Відповідно до глобальних тенденцій щодо інноваційного розвитку в платіжній сфері Національний банк України у 2016 році розпочав пілотний проєкт з випуску власної цифрової валюти - «Е-гривні». Під час пілотного проєкту було випробувано блокчейн-платформу для випуску ЦВЦБ, як інструменту роздрібних платежів, проаналізовано міжнародний досвід та підходи до впровадження ЦВЦБ, проаналізовано макроекономічний ефект, розпочато розробку оптимальної бізнес-моделі. [2].

Е-гривня під час дослідження розглядалася як альтернатива готівці, платіжним карткам та електронним грошам; однак через обмежений масштаб складно спрогнозувати привабливість даного інструменту для населення України. Серед прогнозованих ризиків варто виокремити суттєву зміну платіжного ринку України при запровадженні е-гривні; додаткове встановлення супутніх платіжних інструментів, значні фінансові та часові інвестиції на модернізацію фінансової інфраструктури, а також маркетингової промоції е-гривні як нового інструменту для населення з урахуванням уже існуючих звичок споживачів. Також варто зазначити, що при випуску е-гривні буде застосовуватись централізована модель, а не технологія розподілених реєстрів, тобто е-гривня нагадуватиме скоріше цифровий вираз готівки, ніж криптовалюту.

Про можливість повноцінного запуску е-гривні в НБУ наразі не йдеться, однак готовий буде повернутися до цього питання, коли впевниться, що випуск цифрової валюти не стане на заваді реалізації головного мандата центрального банку – забезпечення цінової та фінансової стабільності. А поєднання е-гривні із додатком "Дія", дозволить залучити значні верстви населення до процесу цифрової трансформації держави.

Над впровадженням цифрових грошей працюють й уряди інших держав. Міністр фінансів Франції Брюно Ле Мер також підтримує блокування. І запропонував у відповідь на масштабний проєкт соцмережі створити на території Євросоюзу свою цифрову валюту, підконтрольну центральним банкам – CBDC (Central Bank Digital Currency), тестують технологію CBDC у Китаї (цифровий юань), Швеції (цифрова крона) та інші [3].

Не відстають й платіжні гіганти Mastercard та Visa, що запускають платформу для тестування цифрових валют [4].

Основні причини, з яких центробанки хочуть регулювати приватні стейблкоїни – це бажання встановити контроль над переміщенням коштів і стягувати податки з усіх власників, що заводять свій актив у ринок. Держави вводять її для скорочення витрат на виробництво готівкових коштів і розширення контролю переказів. Для цього й створюють керований інструмент – CBDC. Будувати відкриті фінансові та облікові системи, засновані на децентралізованому блокчейні та криптовалютах, державам не вигідно, адже це обмежує їхню владу [5].

Отже, запровадження CBDC несе у собі як значні переваги, так й певні недоліки. Для громадян перевагами є розширення способів й методів оплати товарів й послуг, зменшення трансакційної комісії, спрощення користування віртуальними активами, посилення безпеки особистих фінансових ресурсів та фінансових транзакцій. Для юридичних осіб е-гривня – зручний механізм розрахунків з державою, підприємствами, організаціями, установами. Окрім цього, підвищиться рівень цифровізації суспільства та зросте кількість його активних учасників, сприятиме поглибленню процесів взаємодії із світовою фінансовою системою. До головних недоліків варто віднести зниження рівня анонімності та зосередження значної кількості криптовалютних активів та посилення контролю за ними з боку держави, що значною мірою суперечить самій ідеї появи криптовалюти – приватності та децентралізації. Використання технології блокчейн є енерговитратним, що у подальшому може зумовити збільшення вартості електроенергії та погіршення екологічної ситуації через викиди CO<sub>2</sub>.

*Список використаних джерел:*

1. Christian Barontini and Henry Holden (2019): Proceeding with caution – a survey on central bank digital currency. BIS Papers No 101. Режим доступу: <https://www.bis.org/publ/bppdf/bispap101.pdf>
2. Офіційний сайт Національного банку України. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://bank.gov.ua/>
3. Офіційний сайт Європейського центрального банку. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.ecb.europa.eu/>
4. Visa Offers Test Platform for Central Bank Digital Currencies. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2022-01-13/visa-to-test-central-bank-digital-currencies-with-cards-wallets>
5. Чабанов П. Крипто, а не крипто: цифровий євро, кінець готівки і тотальний контроль. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://mind.ua/openmind/20216347-kriptovo-a-ne-kriptovo-cifrovij-evro-kinec-gotivki-i-totalnij-kontrol>

**Oleh Senyk**

*Ivan Franko National University of Lviv*

### **CENTRAL BANKS AND THE FORMATION OF DIGITAL CURRENCIES**

This paper examines the history of the emergence and development of digital currencies created by central banks. The project of the National Bank of Ukraine to issue e-hryvnia - own digital currency has been studied. Further prospects for the integration of the central bank's digital currency into the national economy are forecast.

*Keywords:* digital currency, central bank, e-hryvnia, stablecoin, payment system.

**Мар'яна Симчук**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*  
*mariana.symchuk@lnu.edu.ua*

## **УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ ОЗДОРОВЛЕННЯМ БАНКІВ УКРАЇНИ**

1. Розглядаючи один із найважливіших секторів економіки, а саме банківську систему, варто сказати, що вона зазнала чимало значних змін. Зокрема, це стосується кількості банків: у 2011 році їх налічувалось понад 176, на теперішній час їх кількість скоротилась до 71. Причиною цьому стали глобальні фінансово-економічні кризи, які вплинули на вітчизняну банківську систему, яких українська влада не змогла уникнути та, відповідно, вжити необхідних заходів. У результаті, рівень довіри населення до банків різко зменшився. Тому питання щодо оздоровлення банківської системи є актуальним.

2. Фінансове оздоровлення банку – це відновлення платоспроможності, надійності та потенціалу банку після фінансової кризи. З цього погляду фінансове оздоровлення банку це відновлення правопорушених фінансових пропорцій банку. Банківські установи не мають достатньо ресурсів для повного уникнення несприятливих подій, тому важливим етапом на шляху їх збереження є створення буферного капіталу. Водночас керівництву банку необхідно своєчасно виявляти небезпеки та загрози викликані економічними, соціальними та політичними ризиками та загрозами.

3. Основним з методів оздоровлення банків є передача активів неплатоспроможного банку в платоспроможний. В цьому випадку заслуговує на увагу досвід провідних країн Європи та світу.

4. Ефективним методом оздоровлення банків є продаж інвесторам активів за визначеною програмою. Залежно від причин, що призвели до погіршення фінансового стану банку, з метою підвищення платоспроможності та приведення діяльності банку у відповідність до вимог банківського законодавства, до програми санації можуть застосовуватися такі заходи: виплата боргу кредиторам; внесення на розгляд загальних зборів питання про зміну органів управління банком залучення осіб, уповноважених інвесторами виконувати відповідні заходи.

5. Окремим методом фінансового оздоровлення банку є введення тимчасової адміністрації у банку. Немонетарні методи мають на меті вплив на банки через встановлення обов'язкових вимог до банківських послуг і бізнес-процесів, правил здійснення банківської діяльності, проведення перевірок їх дотримання та вживання заходів у разі фактів порушення. Дії, спрямовані на оздоровлення банку немонетарним методом мають забезпечувати стабільну, прозору та ефективно функціонуючу банківську систему.

6. Немонетарні методи оздоровлення банківської системи - це застосування процедури виведення банків з ринку на основі діючих міжнародних практик, введення відповідальності власників та керівництва банків за маніпуляції з фінансовою звітністю та доведення банку до банкрутства, застосування процедури розкриття інформації щодо кінцевих власників банку, розроблення законодавчих ініціатив щодо розширення прав кредиторів та посилення технічних механізмів мінімізації ризиків для банків як на етапі надання кредиту, так і на етапі його обслуговування [1].

7. Оцінюючи вплив монетарної політики НБУ на оздоровлення банків, варто сказати, що вона здійснюється за допомогою таких інструментів, як: облікова ставка, коридор процентних ставок за інструментами постійного доступу (кредитами овернайт і депозитними сертифікатами овернайт), інтервенції на валютному ринку, обов'язкові резерви, репо-операції, купівля-продаж державних цінних паперів, своп-операції [2]. Таким чином, здійснюється забезпечення цінової стабільності банків України, використовуючи при цьому інфляційне таргетування та плаваючий обмінний курс гривні.

8. Пріоритетним кроком у боротьбі з кризовими явищами у фінансовому секторі є, перш за все, попередження банкрутства банків. Проте, перш, аніж реалізувати політику фінансового оздоровлення банків, варто визначити, який саме вид оздоровлення необхідно провести для конкретного випадку: профілактичне, оздоровлення в умовах кризи, посткризове фінансове оздоровлення.

9. Для фінансового оздоровлення банків варто використати такий напрям, як фінансова допомога від акціонерів банку (або ж додаткові внески засновників, емісія акцій, депозити), а також зміна структури активів і пасивів банку, реструктуризація основного капіталу, активів, а також зобов'язань. Дані заходи успішно застосовуються не лише в Україні, а й у розвинутих країнах світу.

Висновки. Сучасний стан банківської системи України в умовах економічної нестабільності характеризується значними динамічними коливаннями. Оскільки банківський сектор посідає одне з найвагоміших місць у фінансовій системі, то результати його діяльності стосуються практично усіх сфер економіки. Відповідно невдачі та кризи банків можуть призвести до руйнування або значного ушкодження всієї фінансової системи. Забезпечення стабільності роботи банківської системи завдяки фінансовому оздоровленню – одне із головних завдань Національного Банку України. Використовуючи інструменти монетарної та немонетарної політики, а також інші методи фінансового оздоровлення, банківська система зможе успішно протистояти негативним фінансовим явищам та зберегти цілісність економіки країни.

### *Список використаних джерел:*

1. Стаднійчук Р. В. Оцінка сучасного стану використання немонетарних методів державного регулювання фінансового оздоровлення банків. - 2021 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://uslibrary.cshnyc.org/eds/detail?db=edsbas&an=edsbas.78C6E02E>
2. Стаднійчук Р. В. Вплив монетарної політики на фінансове оздоровлення банків // Теоретичні засади та макроекономічні аспекти фінансово-економічних систем / Вісник Університету банківської справи 2020, 3 (39), 30–37. – С. 30.
3. Стаднійчук Р. В. Сутність і види фінансового оздоровлення банків: теоретичний аспект. // Проблеми і перспективи розвитку банків та небанківських фінансових установ у сучасних умовах / Вісник університету банківської справи 2018 № 3 (33). – с. 116.
4. Осадчий І. А. Напрями забезпечення фінансового оздоровлення банків // Бізнесінформ № 12, - 2014 [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.business-inform.net/export\\_pdf/business-inform-2014-12\\_0-pages-400\\_404.pdf](http://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2014-12_0-pages-400_404.pdf)

**Mariana Symchuk**

*Ivan Franko National University of Lviv*

MANAGEMENT OF FINANCIAL RECOVERY OF UKRAINIAN BANKS

The article reveals the essence of financial rehabilitation of banks, its role in strengthening their sustainability and emerging from crisis situations. The measures aimed at improving the financial status of banks are substantiated. The main methods of financial recovery of commercial banks in order to prevent loss of solvency and bankruptcy in Ukraine are considered.

*Keywords:* bank, financial recovery, bankruptcy.

Ольга Сисан

Львівський національний університет імені Івана Франка  
olga.sysan@gmail.com

## СТАТИСТИЧНІ МЕТОДИ ВИЯВЛЕННЯ АНОМАЛІЙ В ДАНИХ

Поняттям «аномалія» можна описати точку або сукупність точок даних, які не відповідають тому ж шаблону, що й інші дані. Певне значення може відрізнитися від решти набору даних в найрізноманітніші способи. Виявлення аномалій – це один з найважливіших процесів перетворення даних під час аналітичного дослідження, оскільки від правильно сформованої бази даних залежить не тільки легкість подальшої роботи, а й зміст кінцевих результатів [1].

Загалом виокремлено 5 основних методів виявлення нетипових значень: тест Грабса, сезонно-гібридний алгоритм ESD, визначення kNN відстані, LOF, ізоляційні дерева. У basic R можна легко і швидко виявити аномалії за допомогою вищезгаданих методів. Статистичне середовище R містить хороший інструментарій для роботи з даними, оскільки всі дії можуть бути не тільки написані і збережені в кодї, а й відтворені або редаговані з іншим масивом даних.

Тест Грабса оцінює, чи може точка, що знаходиться найдалше від середнього значення в наборі даних, бути викидом. Досліджувана точка буде одним із екстремальних значень: або найбільшим, або найменшим. Необхідною умовою тесту Грабса є нормальний розподіл даних, тому перш ніж продовжити використання тесту важливо переконатися, що це припущення є правдоподібним для даних, які ви аналізуєте. У R тест Грабса виконується за допомогою функції `grubbs` з пакету `outliers`, основна мета якого виявлення викидів у векторі даних [1].

Сезонно-гібридний алгоритм ESD — це статистичний тест, який може знайти кілька аномалій у часових рядах, що мають сезонні закономірності. Алгоритм реалізують за допомогою функції `AnomalyDetectionVec` з пакета `AnomalyDetection` з використанням трьох основних аргументів. Вихідний об'єкт даної функції – це список, найважливіший елемент якого називається `anoms`. `Anoms` — це таблиця даних зі стовпцями «індекс» і «аномальні параметри», які відповідають номеру рядка та значенням аномалій, визначених за допомогою сезонно-гібридного алгоритму ESD.

Відстань k-найближчих сусідів або kNN (*k*-nearest neighbors) вимірює середню відстань від точки до кожної з найближчих точок. Щоб обчислити kNN відстань для кожної точки даних в R використовують функцію `get.knn` з пакету `FNN`. Вона обчислює відстань між кожною точкою та її k найближчими сусідами. Це допомагає визначити, які точки є найближчими до будь-якої іншої точки. kNN відстань забезпечує інтуїтивну оцінку ймовірності того, що ізольована від сусідніх значень точка виявиться аномальною. Однак kNN відстань не охоплює всі значення, які можна вважати аномальними [2].

LOF (*local outlier factor*) — локальні аномалії — визначається як середня щільність навколо k найближчих сусідів точки, поділена на щільність навколо самої точки. Це означає, що якщо значення LOF набагато більше за 1, точки поблизу будуть набагато щільніше розташовані, ніж сама точка відносно своїх сусідів. Це, швидше за все, вказує на поодинокі, а тому незвичайне спостереження. І навпаки, якщо показник LOF менший за 1, то сусіди менш щільно розташовані, ніж сама точка відносно них. Тому, щоб знайти аномальні точки, ми повинні шукати найбільші значення LOF. В R значення LOF обчислюють за допомогою функції `lof` з пакета `dbscan`. Перший аргумент — це вхідні дані, а другий аргумент `minPts` — кількість сусідів. Функція `lof` повертає числовий вектор, що містить оцінки, довжина яких дорівнює кількості рядків у вхідних даних. Всі оцінки зосереджені навколо значення 1, оскільки показник LOF є співвідношенням.

Ще одним методом виявлення аномалій в даних є ізоляційне дерево. Принцип роботи цього методу взято з природи. Такі тварини, як олені, збираються в стада задля безпеки. Вовча зграя намагатиметься спершу атакувати тих членів, що знаходяться на периферії, яку можна легко відокремити від безпечного стада. Таким чином, один олень є більш вразливим для нападу, якщо його можуть легко ізольовати вовки. Ізоляційне дерево працює так само, як і вовки, які обирають ціль. Точки, які легше відокремлюються від інших точок, є більш аномальними.

Дерево ізоляції намагається розділити всі точки шляхом випадкового поділу області розташування точок на все менші частини. Воно обирає об'єкт даних і розбиває дані за випадковим значенням на менші об'єкти. Дерево продовжує робити випадкові розбиття в межах областей, визначених попереднім розбиттям. Випадкове розбиття триває до тих пір, поки кожна точка не перебуватиме у своєму субрегіоні, або доки кожен субрегіон не містить максимальну кількість точок. Для побудови дерев ізоляції в R є функція `iForest` з пакета `randomForest`. Для оцінки аномалій, визначених за допомогою дерева ізоляції, використовують функцію прогнозування [3]. Ізоляційне дерево вимірює аномалію точки за тим, як швидко її можна розділити послідовністю випадкових розщеплень. Кількість випадкових розколів, необхідних для розділення кожної точки, є цілим додатним числом, яке називається довжиною шляху. Максимально можлива довжина шляху частково залежить від розміру даних, які використовуються для побудови дерева, і не має інтуїтивної інтерпретації.

Значення, що повертаються функцією прогнозування, є стандартизованими довжинами шляху від 0 до 1. Якщо оцінка близька до 1, то довжина шляху дуже мала, що означає, що точку було легко ізольовано за допомогою випадкових розщеплень, і, отже, більш ймовірно, що вона є аномалією. Якщо оцінка близька до 0, то довжина шляху велика, що означає, що точка не була аномальною [1].

*Список використаних джерел:*

1. Anomaly detection in R. URL: [https://rstudio-pubs-static.s3.amazonaws.com/627386\\_310e4ffc4bfa4cab8d78f9271d815621.html](https://rstudio-pubs-static.s3.amazonaws.com/627386_310e4ffc4bfa4cab8d78f9271d815621.html)
2. Edwin de Jonge, Mark van der Loo, An introduction to data cleaning with R. URL: [https://cran.r-project.org/doc/contrib/de\\_Jonge+van\\_der\\_Loo-Introduction\\_to\\_data\\_cleaning\\_with\\_R.pdf](https://cran.r-project.org/doc/contrib/de_Jonge+van_der_Loo-Introduction_to_data_cleaning_with_R.pdf)
3. Hadley Wickham and Garrett Grolemund, R for Data Science. URL: <https://r4ds.had.co.nz/>

Olha Sysan

Ivan Franko National University of Lviv

STATISTICAL METHODS FOR ANOMALY DETECTION

Anomaly: a data point or collection of data points that do not follow the same pattern or have the same structure as the rest of the data. These thesis statement cover five fundamental statistical methods of anomaly detection in R: Grubbs' test, seasonal-hybrid ESD algorithm, kNN distance, LOF (local outlier factor), isolation forest. Issues of right data manipulation and anomaly detection are essential, because it may profoundly influence the statistical statements based on the data.

*Keywords:* statistical methods, anomaly detection, statistical analysis, R for Data Science.

**Олександра Слободянюк**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*  
*oleksandra.slobodianiuk.eko@lnu.edu.ua*

## **ПРОБЛЕМИ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В УКРАЇНІ**

Майже щодня кожен із нас стає все більш залежним від інформаційно-комунікаційних технологій, вже навіть не привертаючи уваги на масовість їх впливу. Це вказує на принципово новий етап розвитку суспільства. Цифрову трансформацію забезпечують: персональні комп'ютери, мобільні телефони, Інтернет, соціальні мережі, роботизація, штучний інтелект, проривні технології (3D-друк, блокчейн, Big Data, розмовні інтерфейси, ботнет речей та ін.). Новітні технології змінили економічну систему загалом, а особливо це вплинуло на бухгалтерський облік, основною функцією якого є інформаційне забезпечення управлінських рішень у діяльності суб'єктів господарювання. Тенденції діджиталізації стають запорукою трансформації професії бухгалтера у майбутньому, тому вони потребують детального дослідження з метою розуміння впливу змін на традиційне розуміння бухгалтерського обліку.

Науковці у своїх дослідженнях описують проблему вдосконалення та спрощення облікових процесів [1-3]. Слід зауважити, що більшість авторів погоджуються з тим, що технології стануть рушійною силою еволюції облікових процесів, адже виникають нові об'єкти обліку та розширюються можливості щодо збереження, накопичення і аналізу облікової інформації. Досвід розвинених країн яскраво демонструє, що активний розвиток і впровадження діджитал-технологій у повсякденне життя та сферу бізнесу є важливою умовою набуття стійкої і прогресивної економіки.

Метою роботи є виявлення недоліків та проблем у процесі стрімкого зростання діджиталізації бухгалтерського обліку в Україні. Досягнення цієї мети передбачає вирішення низки завдань, які впливають на діяльність бухгалтерів та облік, а саме: проблеми організації методів ведення діджитал-обліку; ефективність його запровадження на підприємствах; модернізація прикладних програм; зберігання даних.

Дослідження та аналіз особливостей цифрової трансформації обліку, швидкості її впровадження дозволяє виокремити проблемні питання. Насамперед, це недосконалість методології автоматизованої форми бухгалтерського обліку, що може спричинити труднощі для діяльності частини спеціалістів, особливо в прихильників більш звичних форм ведення обліку. Також сюди варто враховувати те, що алгоритми з використання нововведеного програмного забезпечення є доволі складними, а підказок від розробників іноді може бути недостатньо. Цей нюанс може призвести до тимчасових труднощів в організації обліку і зниження його ефективності на підприємстві. До того ж, обов'язкове вирішення питання низького рівня переходу економічних суб'єктів на електронний документообіг. Як зазначається у багатьох дослідженнях та офіційних документах, у більшій мірі це пов'язано із недостатнім фінансуванням держави та підприємств у процес діджиталізації. Автоматизація бухгалтерського обліку – сфера, яка набуває все ширшого значення у міжнародних відносинах, тому цей недолік є суттєвим. Ця проблема гальмує задекларований процес євроінтеграції українських підприємств. Наприклад, у проєкті рішення "Про затвердження регіональної програми цифрової трансформації Одеської області на 2021-2023 роки" [4], у медицині виокремлюється питання відсутності умов зберігання, архівації, візуалізації та доступу до медичних та діагностичних даних, між ключовими учасниками лікувального процесу, особливо в рамках умов договору роботи з Національною Службою Здоров'я України. [4]

Важливою проблемою є необхідність модернізації програмних продуктів, у зв'язку із націленістю та переходом на міжнародні стандарти фінансової звітності, які потребують застосування нових методологій та функціональних особливостей. Важливість цієї справи полягає у дотриманні вимог міжнародних правил та стандартів, умовою яких є правильне формування звітності та, як наслідок, функціонування підприємств в умовах відкритості до світового ринку капіталів.

Однією із проблем діджитал-обліку виступає потреба у надійності збереження інформації. Неопрацьованість забезпечення надійного зберігання цифрових даних, конфіденційність яких є одним із найголовніших пунктів підтримки стабільності функціонування підприємства у жорстких конкурентних реаліях ринку. Наприклад, у проєкті рішення про цифрову трансформацію Одеської області також вказується [4], що важливою складовою цифрової трансформації у соціальній сфері є забезпечення вимог чинного законодавства в галузі технічного захисту інформації при її обробці, зокрема створення комплексної системи захисту інформації в інформаційних та інформаційно-телекомунікаційних системах.

Ще не так давно підприємства доводилося наймати бухгалтерів, які вручну записували й опрацювали облікову інформацію, на що витрачалося більше часу, грошей і зусиль, а також мали місце різного роду помилки.

Отже, діджиталізація обліку дозволяє бухгалтерам швидше й точніше виконувати функціональні завдання, складати фінансову звітність, за рахунок чого підвищувати ефективність ведення обліку на підприємстві. Проте варто враховувати, що процес автоматизації бухгалтерського обліку є складним та комплексним і повинен проводитися з урахуванням усіх чинників. Потрібно залучати серйозний аналіз розробки ефективних рішень для якнайшвидшої ліквідації проблем, з якими стикаються сучасні бухгалтери.

*Список використаних джерел:*

1. Панасюк В., Бурденюк Т., Мужевич Н. Особливості цифрової трансформації обліку. Галицький економічний вісник №1 (68), 2021 р. – С. 70-76.
2. Микульський В.С. Трансформація професії бухгалтера в умовах діджиталізації управління. Економіка АПК. 2019. № 6. – С. 103-107.
3. Гевлич Л. Професія бухгалтера у цифровій економіці. Економіка і організація управління №3(43), 2021 р. – С. 138-146.
4. Проєкт рішення "Про затвердження регіональної програми цифрової трансформації Одеської області на 2021-2023 роки". Українська одеська обласна рада, 2021р. – С. 97.

**Slobodianiuk Oleksandra**

*Ivan Franko National University of Lviv*  
*oleksandra.slobodianiuk.eko@lnu.edu.ua*

ISSUES OF ACCOUNTANCY DIGITALIZATION IN UKRAINE

Every day each of us is getting more and more dependent of information and communication technology, without even noticing how huge its impact is. It demonstrates the new fundamental phase of society development. Digital transformation is ensured with PC, mobile phones, the Internet, social networks, robotization, the artificial intelligence, breakthrough technologies (3D-print, blockchain, Big Data, conversational interface, botnet etc.). Furthermore, technologies changed the economic sphere. Accountancy profession is not an exception and is rapidly modified due to informational innovations as well. Tendency of digitalization is becoming a key to accountancy profession transformation in future; this is the reason of need in deep analysis of this process to understand how changes will influence on traditional meaning of accounting.

The aim of this research is to analyze disadvantages and main problems of rapid increase in digital technology usage in accountancy system in Ukraine.

*Keywords:* accounting system, digitalization, automatization, information technology, document management.

Андрій Слюз

Львівський національний університет імені Івана Франка  
andriyslyuz@gmail.com

## ЕКОНОМЕТРИЧНЕ ПРОГНОЗУВАННЯ ПОТЕНЦІЙНИХ РИЗИКІВ ПІДПРИЄМСТВА ЯК СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Основним завданням виробничого підприємства є створення відповідних благ і послуг котрі забезпечуватимуть попит споживачів. Проте, завжди існує небезпека виникнення ризиків, які потенційно можуть завдати значних збитків на різних циклах виробництва, включаючи і реалізацію відповідної продукції. Збитки, до прикладу можуть виникати внаслідок необережного поводження з майном самим власником; унаслідок недостатньо чіткої організації праці на підприємстві, що призводить до перевитрат сировини, матеріалів або грошових коштів; унаслідок нечіткої роботи юридичної служби підприємства, з вини якої було пропущено термін давності на стягнення заборгованості з іншого підприємства тощо.

Економічна сутність збитків визначається причиною їхнього виникнення. Тобто, можна стверджувати, що економічне розуміння збитків – це зменшення вартості майна юридичної чи фізичної особи в результаті перевищення витрат цієї особи над отриманими нею доходами в одному часовому періоді.

Саме тому важливість передбачення та запобігання виникненню можливих ризиків на усіх етапах виробництва за допомогою економічного інструментарію прогнозування є беззаперечною.

Якщо говорити про реалізацію продукції, як кінцевий операційний цикл діяльності підприємства, то тут теж виникає низка ризиків, з яких ми можемо назвати: втрату налагоджених зв'язків із бізнес-партнерами; неможливість нормальної діяльності підприємства; втрата контактів з вивченням публікацій консалтингових фірм, що спеціалізуються на оцінках ризиків; відсутність адекватної реакції на поточне значення індексу політичного ризику та індексу поточної економічної ситуації [1, с. 28-29].

Значна частина ризиків на підприємстві виникає саме у сфері фінансування. Так, у випадку значної частки позикового капіталу при здійсненні проекту підвищує ризик порушення принципу ліквідності підприємства, тобто породжує фінансовий ризик. Податковий ризик включає: неможливість використання з тих або інших причин податкових пільг, встановлених законодавством; зміну податкового законодавства та рішення податкової служби, які знижують податкові переваги [2, с. 144]. Ризик непередбачених змін вартісних оцінок проекту в результаті зміни початкових управлінських рішень, а також змін ринкових та політичних обставин, отримав назву динамічного. Зміни можуть привести як до втрат, так і до додаткових доходів. Ризик втрат реальних активів внаслідок нанесення збитків власності від незадовільної організації є статичним. Він призводить лише до втрат. Але необхідно провести аналіз чутливості проекту. Його суть полягає в тому, що, крім прогнозованих фінансових результатів, розрахованих для базового варіанту, виконуються розрахунок ще для декількох екстремальних випадків, зокрема, розрахунок здійснюється за найгіршим сценарієм, а також розрахунок проводять за найкращим сценарієм – коли зовнішні фактори максимально сприяють здійсненню проекту.

Проектні ризики безпосередньо залежать від: невизначеності у інформації опису ситуації; вибору помилкової цілі; можливості відхилень у процесі реалізації через несприятливі внутрішні та зовнішні впливи; обмеженості необхідних ресурсів, у тому числі і трудових; конфліктності інтересів учасників проекту чи його виконавців; форс-мажорних обставин (природних, політичних, економічних, технологічних, ринкових і т. п.), недотримання дисциплінарних умов [3, с. 92].

В залежності від причин виникнення ризиків, їх можна класифікують на такі групи: зовнішні ризики, внутрішні та інші ризики. Зовнішні ризики поділяються, в свою чергу, на непередбачувані зовнішні ризики, до яких належать: заходи державного впливу у сфері оподаткування, ціноутворення, землекористування, фінансово-кредитній сфері, охорони навколишнього середовища, вплив органів експертизи та ін.; природні катастрофи (землетруси, повені та інші природні катаклізми); кримінальні та економічні злочини (тероризм, саботаж, рекет та ін.); зовнішні ефекти: політичні (заборона на діяльність та ін.), економічні (зрив постачання, банкрутство партнерів, клієнтів), екологічні (аварії), соціальні (страйки) і т. п. До передбачуваних зовнішніх ризиків належать: ринкові (зміна цін, валютних курсів, вимог споживачів, кон'юнктури, конкуренція, інфляція та ін.) та операційні ризики (відмова від цілей проекту, порушення правил експлуатації та техніки безпеки, неможливість підтримки робочого стану обладнання, споруд і т. п.) [4, с. 166].

Внутрішні ризики поділяються на внутрішні організаційні (зриви робіт через нестачі виробничих ресурсів через перевитрати, що виникли внаслідок зриву планів робіт проекту, низької кваліфікації розробників проекту, помилок у складанні кошторисів та бюджетів, неефективної стратегії постачання та збуту, виявлення претензій з боку партнерів, постачальників та споживачів) і технічні ризики (зміна технології виконання робіт, помилкові технологічні рішення, помилки в проектній документації, невідповідність проектним стандартам, поломки техніки тощо) [5, с. 67].

До інших суттєвих ризиків належать: транспортні ризики, митні інциденти, а також ризики, що пов'язані з екологічними факторами, пошкодженням майна, та правові, які виникають при придбанні ліцензій, патентів, авторських прав та ін.

У випадку реалізації кінцевого продукту своєї діяльності, підприємство на цивілізованому (досконалому, в класичному економічному трактуванні) ринку, може втратити контакти з вивчення публікацій консалтингових фірм, що спеціалізуються на оцінках ризиків, управлінські рішення, в цьому випадку також обтяжуються значними ризиками.

Відтак, підсумовуючи наведені вище приклади ризиків на усіх циклах діяльності підприємства, можна сказати, що для ведення аналізу виробничого ризику необхідно усвідомлювати, що кінцевим завданням виробництва є реалізація виробленої продукції, товару чи послуг потенційному споживачу споживачу.

Прогнозування величини ризиків у виробничому процесі – складний багатofакторний процес, обумовлений економіко-політичним взаємозв'язком національного та світового рівня. Тому при прогнозуванні наслідків рішень враховуються описані чинники та їхній неоднозначний вплив на співвідношення ризику і дії у залежності від конкретних умов.

*Список використаних джерел:*

1. Корнійчук Г.В. Економічний зміст фінансового потенціалу підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2016. № 7 (частина 2). С. 26–30.
2. Вдовин М.Л. Моделювання соціально-економічних процесів. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2012. 460 с.
3. Вовк Р.В. Моделювання міжнародних відносин: навч. Посіб. Знання. 2012. 246 с.
4. Левченко Л. О., Белова Д. С. Огляд методів прогнозування фінансового стану підприємства на основі економічних моделей. *Управління розвитком складних систем*. 2013. Вип. 14. С. 164-169.
5. Рибак О. С. Інституціональна диференціація політичних ризиків в Україні: дис.... канд. політ. наук: 23.00.02. Чернівці, 2016. 229 с.

**Andriy Slyuz**

*Ivan Franko National University of Lviv*

#### ECONOMETRIC FORECASTING OF POTENTIAL RISKS OF THE ENTERPRISE AS A BUSINESS ENTITY

**Abstract.** The list of the main factors, which negatively affect the volume of losses of the enterprise from various barriers in its activity, is separated and justified. Conducting an analysis of the production risk it is necessary to realize that the produced products by the manufacturer should be sold to the consumer. We identified the main obstacles and risks that should be overcome by the products on the way from the producer to the consumer, the growth of the dependence of obstacles and risks, which can affect the production of decisions, the consequences of which will be shown in the future and the estimation of the weight of the influence can be considered by means of econometric forecasting tools.

The assessment of input information to predict the magnitude of risk changes is one of the main problems in the analytical study. Objectively and with sufficient completeness, the assessment of the input information gives an opportunity to successfully select a specific method of forecasting and quality of the results of the model experiment.

*Keywords:* forecasting, financial condition of the company, econometrics, dynamic processes, regression analysis.



**Yuliia Sobko**

*Ivan Franko National University of Lviv*  
*sobkojul@gmail.com*

## UKRAINIAN INTEGRATION INTO THE GLOBAL ECONOMIC SYSTEM

In the modern world, all countries interact with each other. It is common knowledge that cooperation between nations brings prosperity to the people and equalizes the needs of consumers around the globe. Today the processes of international economic integration are dominant in world economic development. So, it is essential to integrate into the global economy for every country. For this reason, the topic may be considered relevant and worth digging deeper and analyzing the main problems and possible solutions to them.

It is necessary to conduct a retrospective analysis of this process, from the time of independence to nowadays, to determine the level of integration of the Ukrainian economy into the world economy.

After gaining independence in 1991, Ukraine faced the question of which vector of integration to choose: European or Eurasian. Eventually, Ukraine opted for the European one due to awareness of the possibility of creating state independence, security, political stability, and many other aspects associated with the European Union [5, p. 26].

According to Article 11 of the Law of Ukraine On Principles of Domestic and Foreign Policy of July 1, 2010, one of the main principles of the foreign policy of the country is ensuring Ukraine's integration into the European political, economic, and legal space with a view to membership in the European Union [2]. The interest in Ukraine's orientation toward EU membership can be justified by the fact that Ukraine's accession to the European Union will provide an opportunity to increase the country's political authority in the international arena and be at the center of world politics [1].

Another crucial aspect of the retrospective analysis is Ukraine's entry into international organizations. The state's membership in world economic and financial organizations testifies to the readiness and interest of other states in cooperation. Ukraine is a member of more than 80 organizations in various fields (WTO, UN, Council of Europe, etc.).

The establishment of Ukraine's cooperation with the Council of Europe is paramount. After all, over the years of Ukraine's membership in the Council of Europe, the country has taken a notable place in the Organization and gained a very positive image. In their bilateral relations, Ukraine and the Council of Europe have already passed the stage of formation [4, p. 345].

At this stage, it is appropriate to analyze the current level of the international economic integration of Ukraine into the world economy. Today Ukraine is at the initial phase of integration of the national economy into the world economic community. Ukraine does not play a substantial role in the economic activities of other countries, occupying a position outside the international flows of investment, as well as international monetary relations, even though it is part of many international organizations [5, p. 25]. From this, we can conclude that membership in international economic, integration, and financial organizations, is not a pivotal determinant of the level of integration.

However, it should be noted that for several years Ukraine has been actively trying to change the current situation, so at this stage, it is conducting economic and trade cooperation with more than 150 countries with varying intensity. Today foreign economic activity aims to develop trade, participate in the international division of labor, and exchange knowledge, experience, and technology.

But for the integration to be adequate, the state needs particular political, legal, socio-cultural, economic, and infrastructural prerequisites. Among the primary political, and legal preconditions for Ukraine's integration: are the political reinforcement of Ukraine, ensuring territorial integrity and creating a sufficient system of national security, unconditional fulfillment of international obligations, especially in the field of human rights, the introduction of proper citizenship, direct participation in regional and global political processes, the formation of relevant legislation and the development of effective mechanisms and tools for its implementation [1].

One of the most vital stages of this study is to pinpoint methods and recommendations for solving the hardships facing Ukraine on the path to international economic integration. Therefore, it is first necessary to investigate what problems emerge at different phases of Ukrainian integration.

1. Decrease in production and increase in unemployment. The crisis of 2007-2012 and the post-crisis recession were the leading rationales for this. The annexation of Crimea and the temporary occupation of the Donetsk and Luhansk regions only intensified the indicators. The evidence is the negative dynamics of Ukraine's economy in 2013-2015.

2. Dominance for a long time of political factors over economic ones in the decisions of the former pro-Russian leadership of Ukraine on integration with the EU and the Eurasian Economic Community.

It has led to a lack of full-fledged ties with European partners for the period of entry into force of the EU-Ukraine Association Agreement and a reduction in foreign direct investment by Western investors.

The result is that access to European markets is still hampered by the mismatch of traditional Ukrainian exports to the needs of the European demand, the low share of Ukrainian enterprises in their final products, and the inferior level of innovation and competitiveness of Ukrainian end products.

3. Insufficient financial support for research, which is the basis of innovative production.

Ukraine has spent less than 1% of the GDP on science, which is now one of the key indicators of innovation and readiness to build a knowledge-based society, which is many times less than the EU average. Therefore, Ukrainian products have lower manufacturability and quality, energy intensity, competitiveness, and high costs, resulting in unfavorable conditions in Western markets. In 2022, Ukraine has significantly increased spending on education and science by up to 7% of GDP, which is roughly in line with the EU average. Thus, we can conclude that the country is moving in the right direction [8].

4. High inflation. The high level of inflation, which according to the State Statistics Service in 2015 reached almost 45% and became the highest in the last 20 years, offsets the entire investment process, respectively, slows down economic growth. In 2020-2021, inflation was in the range of 5-10% [6].

5. Imperfection of the management system, including foreign economic relations and integration processes. Inefficiency and unsystematic economic reforms; and high levels of corruption in the government hurt the control and regulation of the economic system.

It should also be emphasized that reduction of the level of corruption is one of the fundamental conditions that the European Union requires to meet for Ukraine to become a member state [3, p. 12-13].

In addition, a substantial problem is the raw material structure of Ukraine's exports, which causes its low quality. In particular, exports of raw materials and semi-finished products in 2021 amounted to more than three-quarters of Ukrainian exports [10].

This data makes it possible to understand that goods exported by Ukraine have low added value compared to countries that ship finished products. That induces the difficulties of international integration associated with the uncompetitiveness of Ukrainian goods compared to high-tech products of other developed nations. However, it is worth mentioning the positive trends in exports of some goods like land vehicles, aircraft, and watercraft; optical instruments and cameras; pharmaceutical products, which are high value-added goods [6].

During the ongoing full-out war in Ukraine, the country experiences a powerful blow to all parts of the economic system. The production of the main types of goods decreased. In addition, ports are blocked, and thus the lion's share of foreign trade. Transport and logistics, social,

marketing, and engineering infrastructure of entire regions are being destroyed. There is an outflow of personnel abroad and their partial redeployment to the western parts of the country, which temporarily expels hundreds of thousands of people from active economic life. Consequentially, foreign trade has also decreased. However, the Ukrainian government takes actions to liberalize and support local entrepreneurs: lowering taxes, simplifying procedures, and stimulating economic activity. Simultaneously, various nations start giving their support both physically and financially.

On April 27, 2022, the European Commission suggested lifting all trade restrictions on Ukrainian producers. These are quotas, duties, and anti-dumping measures imposed on Ukrainian metallurgy. The EU is going to make this decision in the forthcoming weeks [11]. If all EU member states support the decision, it will be unprecedented in the history of the European Union. No other country has ever received such trade concessions.

International organizations such as the UN, NATO, OECD, and others equally express support and provide Ukraine with additional help.

Without a doubt, Ukraine will have to deal with the dreadful outcomes of the war after the victory. Nevertheless, some new opportunities arose in terms of global economic integration.

To deepen the integration of Ukraine into the global economic system, reforms should be performed to tackle the previously mentioned problems that would promote the improvement of the reputation on the international stage. Ukraine can take its rightful place among other developed nations by correcting all the imperfections and reaching the necessary preconditions to become a part of the global economy.

#### *References:*

1. Vinnik V.V. Ukraine's participation in European integration processes: trends and prospects. / [Electronic resource] / B.B. Broom. - Efficient economy. - Access mode: <http://www.economy>.
2. Haidutsky P. Ukraine and the Customs Union: problems of integration / [Electronic resource]. / P. Gaidutsky. - Mirror of the week. - Access mode: [http://gazeta.dt.ua/internal/ukrayina\\_i\\_mitnyy\\_soyuz\\_problemi\\_integraciyi\\_.html](http://gazeta.dt.ua/internal/ukrayina_i_mitnyy_soyuz_problemi_integraciyi_.html)
3. Kutsyk P. Integration of the economy of Ukraine into the global economy: problems and prospects / P. Kutsyk, OV Kovtun, G. Bashnyanin, V. Shevchuk. // Economist. 2017. - P. 11–19.
4. Makar YI Ukraine in international organizations: textbook. manual / Yu. I. Makar, BP Gdychinsky, V. Yu. Makar, SD Popyk, N. Yu. Rotar; for ed. YI Makar. - Chernivtsi: Prut, 2009. - 880 p.
5. Sita EM Features of Ukraine's integration into the world economy / VM P. Gira, AM Kostyunin, EM Sita. - P. 25–27.
6. Ukrinform. Web source: [<https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2773823-ak-perejti-vid-sirovinnogo-eksportu-do-tehnologichnogo.html>].
7. Minfin. Web source: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/index/inflation/>
8. Government portal Official website. Web source: <https://www.kmu.gov.ua/news/minfin-vpershe-vidatki-na-osvitu-zvedenogo-byudzhetu-u-2022-roci-peredbachayut-ponad-7-vvp-ta-stanovlyat-3922-mlrd-griven>
9. Duliba, Yevheniia & Ilkiv, Oleh. (2017). RELEVANT PROBLEMS OF UKRAINE'S INTEGRATION INTO GLOBAL ECONOMY. Baltic Journal of Economic Studies. 3. 146-150. 10.30525/2256-0742/2017-3-5-146-150.
10. Ukrstat.gov.ua. Web source can be accessed at: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2021/zd/tsztt/tsztt\\_u/arh\\_tsztt2021\\_u.html](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2021/zd/tsztt/tsztt_u/arh_tsztt2021_u.html)
11. European Commission. Web source can be accessed at: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP\\_22\\_2671](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_22_2671)

**Надія Соболь**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*  
nadsob02@gmail.com

## **РИЗИКИ ДЛЯ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ ТА ОБЛІК БЛАГОДІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ПІД ЧАС ВІЙНИ**

Зранку 24 лютого 2022 року Україна почала жити по-новому – в стані війни, і це було несподіваним для кожного, в тому числі для підприємств і підприємців. За теперішніх економічних та політичних умов в Україні і наявності реального військового конфлікту все більшої актуальності набувають питання, які стосуються розвитку соціально відповідальної діяльності підприємств в частині надання благодійної допомоги військовослужбовцям з місць військових конфліктів, сім'ям поранених та загинув.

Благодійництво — справа добровільна й особиста. Вона не передбачає, що благодійник отримає прибуток, винагороду чи компенсацію від бенефіціара. Благодійником може бути дієздатна фізична особа або юридична особа приватного права (у т. ч. благодійна організація), яка добровільно здійснює один чи декілька видів благодійної діяльності [5].

Бізнес в конфліктний час, зумовлений проявами війни, має значний вплив на вирішення питання миру. Це ґрунтується на зацікавленості бізнес-одиниць у продовженні здійснення господарської діяльності та отриманні прибутків, розвитку компаній, впровадженні інновацій та можливості інвестування. Однак, поряд з цим, бізнес перебуває під впливом негативних факторів та явищ. Як наслідок, ймовірність негативного впливу проявів війни трансформується у ризик, який при високому рівні реалізації може завдати критичних втрат та утворити катастрофічний стан бізнесу. Тому підприємства повинні зосередитись на мінімізації негативного впливу та забезпеченні миру. Постає необхідність виявлення ризиків господарювання для бізнесу, який здійснюється в умовах гібридної війни, та окреслити їх наслідки, можливі шляхи їх уникнення.

В умовах війни можна визначити такі найбільші ризики господарської та благодійної діяльності соціально відповідальних суб'єктів бізнесу:

- ризик військових дій;
- репутаційний ризик - формування негативного іміджу бізнес-одиниці у зв'язку з її діями на території конфлікту (співпраці) або бездіяльністю у миротворчості, дипломатії, гуманітарної допомоги;
- стратегічний ризик - неможливість дотримання курсу програми стратегічного розвитку підприємства, його кардинальна зміна;
- інформаційний ризик - понесення втрат у результаті прийняття рішень в умовах неповноти, недостовірності, неточності, несвоєчасності, неоперативності, викривленості та асиметричності інформації;
- територіальний ризик - отримання збитків (недотримання прибутку) при веденні бізнесу з підприємствами, що перебувають під юрисдикцією соціально-економічно нестабільних територій держави (конфліктні зони);
- інфляційний ризик - знецінення реальної вартості капіталу підприємства та його доходів при високому чи зростаючому рівнях інфляції, спричинених монетарними та немонетарними причинами як наслідок гібридної війни;
- інвестиційний ризик неотримання доходів від інвестицій у діяльність підприємств, які функціонують у зонах конфлікту, перебувають під впливом агресора тощо;
- юридичний ризик - економічні втрати від внесення змін до нормативно-правових актів, що обмежують ведення бізнесу, та недотримання контрагентами норм чинного законодавства
- соціальний ризик - ймовірність матеріального незабезпечення працівників (втрата заробітку) з причин припинення діяльності бізнес-одиниці, низької соціальної відповідальності бізнесу (не здійснення миротворчості у зонах конфлікту, відсутність соціальної підтримки окупованих територій (гуманітарна допомога, благодійна діяльність тощо))
- кадровий ризик;
- виробничий ризик;
- логістичний ризик
- гуманітарний ризик - недостатні обсяги гуманітарної допомоги, її незадекларованість, невиправданість, низький рівень філантропії населення в країні та благодійної допомоги бізнес-структур [1].

Ідентифікація ризиків бізнесу в умовах війни дозволяє керівництву підприємства розробити власну індивідуальну ефективну систему управління, зокрема ризик-менеджменту, створити необхідну інформаційну систему компанії (враховуючи відповідне облікове забезпечення) задля уникнення згаданих вище ризиків або мінімізації впливу їх негативних наслідків на фінансовий стан суб'єкта господарювання [2].

Щоб мінімізувати негативний вплив вище перелічених ризиків і сприяти забезпеченню миру підприємства мають можливість підтримувати Збройні Сили України шляхом проведення благодійної діяльності.

Підприємство може безпосередньо надавати благодійну допомогу лише тим військовим організаціям (військовим частинам), які є неприбутковими організаціями і внесені до Реєстру неприбуткових установ та організацій. Міністерство оборони України, в т.ч. Збройні Сили України (ЗСУ), до складу яких входять з'єднання, військові частини, військові навчальні заклади, установи та організації, є неприбутковими організаціями, внесеними до Реєстру.

Суму грошової благодійної допомоги, а також вартість товарів/послуг або інших пожертвувань необхідно включати до витрат, згідно п. 6 Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» [3]. Якщо підприємство передає грошові кошти чи оборотні активи, їх потрібно відображати за дебетом субрахунку 949 «Інші витрати операційної діяльності», а для необоротних активів застосовувати субрахунок 977 «Інші витрати діяльності».

Зі сторони благодійної організації - фонди, які збирають кошти для постраждалих під час бойових дій, не повинні вести облік цих коштів та звітувати про них за загальним правилом згідно новою постановою Кабінету міністрів України від 05.03.2022 р. №202 [4].

Отже, ризики є невід'ємною частиною діяльності будь-якого підприємства, а більшої уваги вони потребують під час ведення бізнесу в умовах війни. Виявивши всі ризики підприємство має можливість правильно розробити план уникнення чи мінімізації їх впливу. За сучасного економічного та політичного становища в Україні все більшої актуальності набувають проблеми фінансування соціальних проєктів. Удосконалення бухгалтерського обліку операцій з надання благодійної допомоги з відповідним удосконаленням їх законодавчого регулювання сприятиме отриманню повної та достовірної інформації про здійснення таких операцій для прийняття ефективних управлінських рішень і забезпеченню якнайкращої перемоги України.

*Список використаних джерел:*

1. Легенчук, С.Ф., Вигівська, І.М. і Хоменко, Г.Ю. 2020. Модель оптимізації ризиків благодійної діяльності соціально відповідального бізнесу в умовах гібридної війни. *Економіка, управління та адміністрування*. 3(93) (Жов 2020), 35–41.
2. Вигівська І.М., Григоревська О.О. Ризики бізнесу в умовах гібридної війни: обліковий вимір. *Удосконалення обліку, контролю, аудиту, аналізу та оподаткування в сучасних умовах інтеграційних процесів у світовій економіці* : тези доповідей III Міжнар. наук.-практ. конференції, м. Ужгород, 18–19 квітня 2018 р. – Ужгород : Вид-во УжНУ «Говерла», 2018. – С. 21–23.
3. Національне Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати»: Наказ Міністерства фінансів України від 31.12.1999 № 318. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00#Text>
4. Деякі питання отримання, використання, обліку та звітності благодійної допомоги: Постанова Кабінету Міністрів України від 05.03.2022 № 202. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/202-2022-%D0%BF>
5. Про благодійну діяльність та благодійні організації: Закон Верховної Ради України від 05.07.2012 № 5073-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5073-17#Text>

**Nadia Sobol**

*Ivan Franko National University of Lviv*

**RISKS FOR SOCIALLY RESPONSIBLE BUSINESS AND ACCOUNTING FOR CHARITABLE ACTIVITIES OF THE COMPANY DURING THE WAR**

These theses determine the greatest risks of economic activity in the conditions of war, their classification is carried out and it is defined as it influences activity of the enterprise. Identifying business risks during the war allows the company's management to develop an effective enterprise management system in order to reduce the impact of risks on business. Charity as an important category of functioning of socially responsible business is substantiated and accounting of charitable activity of the enterprise during the war is considered.

*Keywords*: accounting; risk; economic activity; charitable activities; social responsibility of business; war.

Юрій Сполітак

Львівський національний університет імені Івана Франка  
yuraspolit@gmail.com

## ІНТЕНСИВНІСТЬ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ РЕКЛАМНИХ ЗВЕРНЕНЬ НА ГАЛУЗЕВИХ РИНКАХ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ З РІЗНИМ РІВНЕМ КОНЦЕНТРАЦІЇ

Реклама є невід'ємною частиною розвитку сучасних галузевих ринків. Водночас структура ринку впливає на рівень рекламних витрат, що в подальшому може змінити рівень диференціації товарів на ринку залежно від того на скільки інтенсивно рекламується той чи інший товар. Інтенсивність реклами залежить від витрат на рекламу. Тобто, величина рекламних витрат показує рівень диференціації товарів.

Фірма, здатна впливати на попит за допомогою реклами, для максимізації прибутку вибирає такий рівень витрат на рекламу і призначає таку ціну, щоб частка рекламних витрат у доході фірми була прямо пропорційна еластичності рекламних витрат і обернено пропорційна ціновій еластичності попиту. Щодо нееластичніший за ціною попит, тим більшим повинен бути рівень витрат на рекламу. Якщо еластичність попиту по відношенню до витрат на рекламу перевищує цінову еластичність попиту, то фірма може отримати прибуток, піднімаючи ціну і витрати на рекламу [1].

Варто зазначити, що реклама як спосіб впливу на ринок має переваги та недоліки. До переваг відносять:

- Реклама підтримує національну медіа сферу, що збільшує зайнятість і, як наслідок, стимулює високий рівень споживчих витрат.

- Реклама підтримує конкуренцію, що змушує компанії покращувати свій продукт.

До недоліків можна віднести:

- Реклама має негативний зовнішній ефект ( зростає споживання шкідливих продуктів: алкоголю та тютюнових виробів).

- Реклама може надати одній компанії значні переваги на ринку за рахунок споживачів, що призведе до утворення монополістичного ринку, переконуючи, що продукт фірми є унікальний і близьких замінників не існує.

Важливим елементом у вивченні ролі реклами на ринку з низьким рівнем конкуренції є визначення її впливу на ступінь конкуренції в різних галузях. Компанії використовують рекламу як відносно не дорогий засіб збільшення кількості замінників продуктів, відомих покупцям. Отримана споживачами інформація про якість продуктів завдяки рекламі успішно збільшує число замінників і робить галузь більш конкурентною. Компанія прагне здобути монополічне становище на ринку. Але якщо вона навіть досягне цього, її перевага буде нетривкою, адже зростання цін і доходів у даній галузі привабить конкурентів, а фірма, що досягла певної переваги, за умов монополістичної конкуренції не може зупинити їх експансію, тому монополічна перевага швидко втрачається. Конкуренція вимагає від підприємців постійного і невпинного пошуку усе нових і нових можливостей для збільшення доходу, нових шляхів пристосування до специфічних вимог даного ринку [1].

На ринку з низьким рівнем конкуренції необхідно застосовувати нецінову конкуренцію, застосовуючи рекламу для отримання високого доходу.

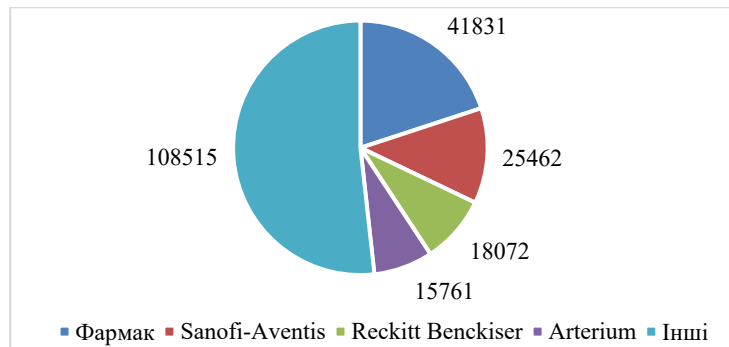


Рис. 1 Видатки фармацевтичних компаній на рекламу в Україні станом на 31.12.2020

На рисунку 1 зображено видатки тридцяти фармацевтичних компаній на рекламу, які складають 209 641 млн. грн., у 2020 році. Для аналізу найбільші чотири компанії (Фармак, Sanofi-Aventis, Reckitt Benckiser, Arterium), витрати на рекламу яких становлять 101 126 млн. грн., що складає 48 % рекламного фармацевтичного ринку. Чистий прибуток компаній у 2020 році: Фармак – 1 138 млрд. грн., зростання чистого прибутку на 7,8 %; Sanofi-Aventis – 151 968 млн. грн., зростання – 0,7%; Reckitt Benckiser – 132 831 млн. грн., зростання – 101% Arterium – 123 981 млн. грн., зростання на 805%. Відповідно, можна зробити висновок, що прибуток компаній на ринку з низьким рівнем концентрації прямо залежить від витрат на рекламу.

На ринку з високим рівнем концентрації витрати однієї з компаній впливають не тільки на індивідуальний попит на товар чи послугу даної фірми, але й на попит на продукт цілої галузі в цілому.

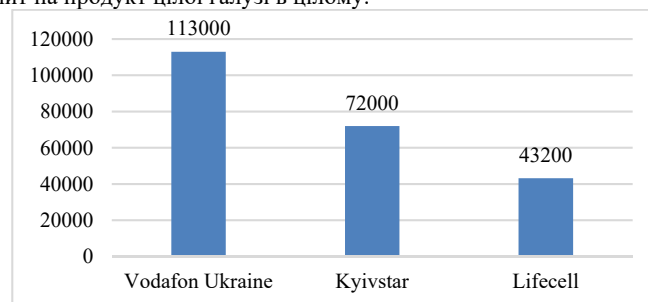


Рис. 2 Видатки телекомунікаційних компаній на рекламу в Україні станом на 31.12.2020

На рисунку 2 зображено видатки телекомунікаційних компаній на рекламу у 2020 році, які складають 228 200 млн. грн. Чистий прибуток компаній у 2020 році становить: Kyivstar – 10 322 млрд. грн., зростання прибутку 16 %; Lifecell – 2 586 млрд. грн., зростання – 186 %; Vodafone Ukraine – 3 832 млрд. грн., зростання – 319 %. Прибуток компанії Київстар значно більший, ніж у її конкурентів,

проте це пов'язано з більш, ніж десятилітньою домінацією на ринку, поглинанням прямих конкурентів, що дозволило фірмі нагромадити активи та збільшити клієнтську базу. Значне зростання прибутку компанії Lifecell пов'язано з тим, що за 2019 рік компанія була збитковою. Компанії Vodafone Ukraine вдалося збільшити чистий прибуток, збільшуючи базу активів та розгортаючи масштабну рекламну кампанію. Рекламні витрати її прямих конкурентів сумарно перевищують витрати Vodafone в Україні лише на 2 %. Варто зауважити, що активність Vodafone в Україні пов'язана з тим, що компанія розпочала свою діяльність на ринку телекомунікаційних послуг лише в 2015 році, в той час як Kyivstar у 1994 році, а Lifecell – 2004 році. Незважаючи на це, Vodafone Ukraine показала кращі фінансові результати у 2020 році, ніж Lifecell, що свідчить про те, що значні рекламні витрати вплинули на попит цілої галузі та змінили становище компанії на ринку.

Вплив витрат на рекламу на поведінку компанії на ринку є значним, що доводиться суттєвими сумами, які щорічно витрачаються на проведення рекламних кампаній. Адже реклама – це спосіб залучення цільової аудиторії, завдяки якій компанії може збільшити обсяги продажу або частку на ринку.

*Список використаних джерел:*

1. Ігнатюк А.І. Економіка галузевих ринків. Навч. посіб. ВПЦ «Київський університет», 2015р.
2. Консолідована фінансова звітність АТ «Фармак» – Режим доступу: <https://farmak.ua/wp-content/uploads/2021/04/konsolidovana-finansova-zvitnist-za-rik-yakij-zakinchivsya-31-grudnya-2020-roku-.pdf> (дата звернення: 12.05.2022) – Назва з екрану.
3. Фінансова звітність ТзОВ «Санofi-Авентіс Україна» – Режим доступу: [https://www.sanofi.ua/\(1\).pdf](https://www.sanofi.ua/(1).pdf) (дата звернення 12.05.2022) – Назва з екрану.
4. Бухгалтерська звітність та фінансовий аналіз ТзОВ «Реккітт Бенкізер хаусхолд енд хелс кер Україна» - Режим доступу: [https://zvitnist.com/33696041\\_TOVARYSTVO\\_Z\\_OBMEZHENOU\\_VDPOVDALNSTU\\_REKKITT\\_BENK](https://zvitnist.com/33696041_TOVARYSTVO_Z_OBMEZHENOU_VDPOVDALNSTU_REKKITT_BENK) (дата звернення: 12.05.2022) – Назва з екрану.
5. Фінансова звітність Корпорації «Артеріум» - Режим доступу: <https://www.arterium.ua/upload/files.pdf> (дата звернення: 12.05.2022) – Назва з екрану.
6. Консолідована фінансова звітність ПАТ «Київстар» - Режим доступу: [https://cdn.kyivstar.ua/sites/default/files/fs\\_kyivstar\\_conso\\_2020\\_ukr\\_20210409.pdf?](https://cdn.kyivstar.ua/sites/default/files/fs_kyivstar_conso_2020_ukr_20210409.pdf?) (дата звернення: 12.05.2022) – Назва з екрану.
7. Консолідована фінансова звітність ТзОВ «Лайфселл» - Режим доступу: [https://www.lifecell.ua/uploads/filelibrary/public/by\\_month/2021.pdf](https://www.lifecell.ua/uploads/filelibrary/public/by_month/2021.pdf) (дата звернення 12.05.2022) – Назва з екрану.
8. Консолідована фінансова звітність ПрАТ «ВФ Україна» - Режим доступу: <https://www.vodafone.ua/storage/editor/files/conso-vf-ukraine-ukr-2021-draft-210422-with-add-forms-signed.pdf> (дата звернення: 12.05.2022) – Назва з екрану.

**Yurii Spolitak**

*Ivan Franko National University of Lviv*

INTENSITY AND EFFICIENCY OF ADVERTISING APPEALS IN SECTORAL MARKETS OF UKRAINE'S ECONOMY WITH DIFFERENT LEVELS OF CONCENTRATION

The article is aimed at studying of the impact of advertising on markets with high and low levels of concentration. Pharmaceutical companies have been selected to study the market with a low level of concentration. The result showed that the net profit of companies in the market directly depends on advertising spending. Telecommunications companies have been selected to study the market with a high level of concentration. The result showed that advertising spending affected the demand of the whole industry and changed the position of Vodafone Ukraine in the market

*Keywords:* level of concentration, advertising, market, net profit.

Ірина Старинчук

Львівський національний університет імені Івана Франка  
irastarynchuk@gmail.com, IRYNA.STARYNCHUK@lnu.edu.ua

## ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ СТРУКТУРИ ЕКСПОРТУ УКРАЇНИ ЗА 2020 – 2022 РОКИ

Зовнішня торгівля є однією з основних складових зовнішньоекономічних зв'язків держави. В умовах активізації процесів глобалізації світового господарства посилюється роль зовнішньоторговельних відносин країни. Саме міжнародна торгівля як форма міжнародних економічних відносин є складовою рівноваженого економічного розвитку суспільства, сприяє посиленню конкурентоспроможності національної економіки, підвищує рівень життя населення та забезпечує найповніше задоволення його потреб. Зовнішня торгівля – це система економічних відносин між країнами, основна мета якої полягає у ввезенні та вивезенні товарів і послуг. Об'єктами зовнішньої торгівлі є товари: готова продукція, сировина, напівфабрикати; продукти інтелектуальної власності, послуги: міжнародний туризм, транспортні, страхові, посередницькі, будівельні операції тощо. Зовнішня торгівля дає країнам можливість спеціалізуватися на тих видах діяльності, в яких вони мають порівняльні переваги та дисциплінує вітчизняних виробників, сприяє підвищенню продуктивності праці.

Україна є першою в світі у експорті соняшникової олії та входить у п'ятірку країн, що є найбільшими постачальниками кукурудзи, пшениці та ячменю на світовий ринок. Основними покупцями цієї продукції у 2020 році були Китай, Туреччина, Індонезія, Іспанія та Нідерланди.

Проведемо короткий огляд експортної діяльності України за 2020 рік. Загалом, порівняно з 2019 роком, експорт товарів і послуг скоротився на 7,3% та склав 59,4 млрд дол. США. Експорт здійснювався до 227 країн світу, з яких 37% становить експорт у країни Європейського Союзу, 12 – до Китаю і 9 – Російської Федерації. У 2021 році ці показники зросли до 235 країн – партнерів, а загальна сума експорту становила 68 млрд дол. США, що є майже на 10 млрд більше. Тобто загалом спостерігається позитивна тенденція. Якщо ж проаналізувати групи товарів, за якими здійснювався експорт, то можна дійти наступних висновків. Майже половину товарів України у 2020 році становить продукція агро – промислового комплексу (АПК) та харчової промисловості (45,1%). На другому місці знаходиться продукція металургійного комплексу і становить 18% від загального експорту товарами. Також близько десятої частини експорту становлять товари машинобудування. Частка послуг у загальному експорті становила близько 17% і більшу частину з них складають транспортні та комп'ютерні і інформаційні послуги.

У січні 2022 року експорт товарів склав 6 млрд дол.. З них майже 40% це зернові культури, недорогоцінні метали та вироби з них. В березні 2022 року експорт українських товарів скоротився вдвічі, імпорт – більш, ніж втричі. Особливо постраждав вивіз металів та сільськогосподарської продукції, які становили основну частину українського експорту у попередні роки. В той же час обсяг експорту низки товарів з глибокою переробкою практично не змінився порівняно з довосним часом. Наразі головними статтями експорту є недорогоцінні метали та вироби з них, кукурудза та олія. Упродовж березня Україна експортувала 1,1 млн тонн кукурудзи, 309 тисяч тонн пшениці, 118 тисяч тонн соняшникової олії, 40 тисяч тонн соєвих бобів. Це в 4 рази менше, ніж в лютому. Значно зменшився експорт металу. Зокрема, експорт плоского прокату впав майже 10 разів - з 437 тисяч тонн у лютому до 47 тисяч тонн у березні. За деякими позиціями металургії експорт не здійснювався взагалі. Це пов'язано, в першу чергу, з фізичним руйнуванням металургійних об'єктів та зупинкою виробництва.

Отже, активна зовнішньоторгівельна діяльність країни є важливим чинником економічного розвитку. Україна є глибоко інтегрованою у світову господарську систему, зокрема бере активну участь у міжнародній торгівлі товарами і послугами. Основними товарами українського експорту є продукція агро-промислового та харчового комплексу, недорогоцінні метали і вироби з них та товари машинобудування. З огляду на це, доходимо висновку, що економіка України залишається сировино-орієнтованою – експортує продукцію з малим рівнем переробки і низькою доданою вартістю. Це є причиною, чому сальдо торговельного балансу України залишається від'ємним з 2006 року і, нажаль, з такою структурою експорту, перспективи для позитивних змін ситуації проглядаються складно.

Україна активно проводила зовнішню торгівлю впродовж останніх десятиліть що сприяло активному наповненню державного бюджету. У зв'язку з повномасштабним вторгненням Російської Федерації на територію України, постраждали основні галузі експорту а, також, значно ускладнилася логістика перевезень по території країни, що з часом може призвести до продовольчої і, ймовірно, фінансової кризи, підвищення рівня інфляції та знецінення національної грошової одиниці. Однак, зважаючи на те, що експорт товарів з глибокою переробкою практично не змінився, Україні доцільно зосередитися на їх виробництві і збільшити частку цих товарів у загальному експорті країни. Оскільки це товари з вищою доданою вартістю – це позитивно вплине на торговельний баланс країни.

### Список використаних джерел:

1. Зовнішня торгівля України: монографія; А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник, Н.О. Іксарова, В.М. Костюченко та ін.; ст. 102-105 [сайт] URL: <https://knute.edu.ua/file/MjExMzA=/71b98caa3e46dab7dd15e731093dbd4d.pdf>
2. Експорт товарів і послуг України за 2020 рік; *Міністерство економіки України*; [сайт] URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=e3c3c882-4b68-4f23-8e25-388526eb71c3&tag=TendentsiiEksportuInfografika-eksport-html>
3. Експорт України у січні 2022 року; *Державна служба статистики*; [сайт] URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2022/zd/tsztt/arh\\_tsztt2022\\_u.html](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2022/zd/tsztt/arh_tsztt2022_u.html)
4. Експорт України в березні 2022 року; *Міністерство економіки України*; [сайт] URL: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=81cbbef03-405e-42f7-bb35-37249ace966d&title=CHereAgresiiRosiiUkrainskiiEksportZnizivsiaVdvichi-AImportVtrichi>

Iryna Starynchuk

Ivan Franko National University of Lviv

COMPARATIVE ANALYSIS OF THE STRUCTURE OF UKRAINE'S EXPORTS FOR 2020 – 2022

**Annotation.** This paper analyzes the exports of Ukraine for 2020-2022. An assessment of the impact of Russian aggression on Ukraine's foreign economic activity and prospects for the near future is provided.

**Keywords:** Export, Ukraine, foreign trade, goods and services.

**Каріна Стахів**

Львівський національний університет імені Івана Франка  
karina2001970@gmail.com

## ПОДАТКОВА РЕФОРМА ПІД ЧАС ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ

15 березня 2022 року Верховна Рада України прийняла за основу та в цілому законопроект № 7137-д від 14.03.2022, який передбачає кардинальну податкову реформу на період воєнного стану. Вже 17 березня 2022 року набрав чинності Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану» № 2120-IX від 15 березня 2022 року («Закон 2120»). Змін доволі багато, але ключовими з них, які стосуються саме оподаткування, на мою думку, є наступні:

- Єдиний податок в 2 % без ПДВ майже для усіх

З 1 квітня 2022 року фізичні особи-підприємці та юридичні особи, в яких протягом попереднього календарного року обсяг доходу не перевищує 10 мільярдів гривень, мають можливість перейти на сплату єдиного податку третьої групи за ставкою 2 %. Раніше, тобто до 1 квітня 2022 року спрощена система оподаткування могла застосовуватись при обороті до 1167 мінімальних зарплат (7 585 500 грн.).

Варто зазначити, що автоматичного переходу на вказану модель не передбачено. Потрібно було до 31.03.22 року подати відповідну заяву до податкового органу за місцем податкової адреси (для новоутворених - протягом 10 днів з дати реєстрації).

Водночас, після припинення/скасування воєнного стану платники податків автоматично стануть такими, що застосовують систему оподаткування, на якій вони перебували до переходу на вказану модель.

- Звільнення від сплати єдиного податку платників 1 та 2 груп

Ще одною значною зміною є звільнення від сплати єдиного податку платників 1 та 2 групи. Хочу зазначити, що декларацію за період несплати податку їм заповняти не потрібно буде. Нововедення діятиме до припинення/скасування воєнного стану.

- Звільнення від сплати ЄСВ, штрафів, пені та перевірок по ЄСВ

Особи, що здійснюють незалежну професійну діяльність та члени фермерських господарств звільненні від сплати ЄСВ за себе. З 1 березня 2022 року і до припинення або скасування воєнного стану, а також протягом дванадцяти місяців після того (що є дуже значним), вказані особи мають право не нараховувати, не обчислювати та не сплачувати єдиний внесок за себе незалежно від того, отримують вони дохід чи ні.

- Звільнення від плати за землю та екологічного податку

На територіях, перелік яких визначив Кабмін, додатково встановлені наступні податкові пільги:

- звільнення від плати за землю (земельного податку та орендної плати за землі державної чи комунальної форм власності) за земельні ділянки, що розташовані на таких територіях, а також за ділянки, які визначені обласними військовими адміністраціями як засмічені вибухонебезпечними предметами та/або на яких наявні фортифікаційні споруди.

- звільнення від загального мінімального податкового зобов'язання за земельні ділянки, що розташовані на таких територіях, а також за ділянки, які визначені обласними військовими адміністраціями як засмічені вибухонебезпечними предметами та/або на яких наявні фортифікаційні споруди.

- звільнення від сплати екологічного податку.

- Зменшення податків на пальне та товари для оборони

На період дії воєнного стану:

- операції із ввезення на митну територію України та постачання бензинів моторних, важких дистилатів, скрапленого газу, нафти та сирих нафтопродуктів, одержаних з бітумінозних порід (мінералів), оподатковуються ПДВ за ставкою 7 %. Проте платники податків, які враховують податкові зобов'язання за даними операціями під час визначення суми від'ємного значення ПДВ, не мають права на бюджетне відшкодування.

Фактично відміняється (ставка знижується до нуля) акцизний податок на пальне, зокрема на бензин, важкі дистилати та газ.

Не виникає податкового зобов'язання з акцизного податку щодо підакцизного товарів (як палива, так і інших підакцизних товарів), що:

- примусово відчуженні або вилучені для потреб держави відповідно до Закону України «Про передачу, примусове відчуження або вилучення майна в умовах правового режиму воєнного чи надзвичайного стану», вартість яких, у подальшому, не буде компенсуватись платнику податків;

- передані Збройним Силам України, добровольчим формуванням територіальних громад, Національній гвардії України, Службі безпеки України, Службі зовнішньої розвідки України, Державній прикордонній службі України, Міністерству внутрішніх справ України та іншим організаціям, визначеним у кодексі, без попереднього або наступного відшкодування їх вартості;

- надані як гуманітарна допомога.

- Розширення податкових пільг при наданні благодійної допомоги

Звільнено від оподаткування ПДФО благодійну допомогу, надану учасникам бойових дій, працівникам сил цивільного захисту та фізичним особам, що мешкають (мешкали) на території населених пунктів, де проводяться (проводилися) бойові дії, та/або які вимушено покинули такі місця внаслідок бойових дій.

- Послаблення для неприбуткових підприємств та організацій

Під час дії правового режиму воєнного чи надзвичайного стану не будуть вважатися нецільовими передача майна або надання послуг, або використання доходів (прибутків) неприбуткової організації задля фінансування витратків, не пов'язаних із реалізацією мети (цілей, завдань) та напрямів діяльності, визначених установчими документами такої неприбуткової організації, за умови, що такі послуги та/або майно:

- добровільно перераховані (надані, передані) Збройним Силам України, Національній гвардії України, Службі безпеки України, Службі зовнішньої розвідки України, Державній прикордонній службі України, Міністерству внутрішніх справ України, Управлінню державної охорони України, Державній службі спеціального зв'язку та захисту інформації України, добровольчим формуванням територіальних громад, іншим утвореним відповідно до законів України військовим формуванням, їхнім з'єднанням, військовим частинам, підрозділам, установам або організаціям, що утримуються за рахунок коштів державного бюджету, задля потреб забезпечення оборони держави;

- перераховані (надані, передані) центральному органу виконавчої влади, який забезпечує формування та реалізує державну політику у сфері цивільного захисту, силам цивільного захисту та/або закладам охорони здоров'я державної та/або комунальної власності, та/або структурним підрозділам з питань охорони здоров'я обласних, Київської та Севастопольської міських державних адміністрацій; та/або

- грошові кошти, перераховані на спеціальні рахунки, відкриті Національним банком України для збору коштів.



- Визначено особливості роботи податкових органів в період воєнного стану

Впродовж періоду дії воєнного стану надання електронних сервісів та приймання електронних документів від платників податків буде здійснюватися лише в робочі дні з 8 до 18 години.

Крім того, контролюючі органи будуть звільнені від відповідальності за шкоду, завдану платникам податків їхньою бездіяльністю, зумовленою дією правового режиму воєнного чи надзвичайного стану[1].

Отже, звичайно, що Законом № 2120-IX прийнято також інші, менш суттєві податкові зміни. А також ряд різних та суттєвих змін, які не стосуються оподаткування. Сподіваюсь, що усі зміни прийняті у даному законі, допоможуть перезапустити економіку в умовах повномасштабної військової агресії РФ та сприятимуть перемозі України.

*Список використаних джерел:*

1. [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2120-20#Text>.

**Karina Stahiv**

*Ivan Franko National University of Lviv*

TAX REFORM DURING MARTIAL LAW

On March 15, 2022, the Verkhovna Rada of Ukraine adopted on the basis of and as a whole legislative act № 7137-d of March 14, 2022, which intends a radical tax reform for the period of martial law.

*Keywords:* taxation, tax reform, value added tax, single tax.

**Вікторія Стефунька**  
Львівський національний університет імені Івана Франка  
viktoriastefunka@gmail.com

## МОНЕТАРНА ПОЛІТИКА ЦЕНТРАЛЬНИХ БАНКІВ РОЗВИНУТИХ КРАЇН СВІТУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID19

Ефективна грошово-кредитна політика є одним з основних факторів економічного розвитку будь-якої держави. Вона відіграє особливу роль у період кризових явищ, в тому числі світового масштабу, коли її інструменти набувають вирішального значення. На початку 2020 року світова економіка зіштовхнулася із глобальною економічною загрозою COVID- пандемії, що спричинила суттєві економічні, людські та соціальні втрати. У цих умовах центральні банки розвинених країн спрямували зусилля на втримання економічних систем цих країн від руйнування через впровадження традиційних та нетрадиційних заходів, використовуючи комплекс інструментів монетарного впливу. Вивчення сукупності та ефективності цих інструментів у боротьбі із кризовими явищами є актуальними і потребують ґрунтовних досліджень, адже пандемія триває і викликає нові локальні та глобальні кризи.

На початок кризи країни мали різні початкові умови, що створювали обмеження щодо масштабів та набору інструментів монетарної політики, які могли застосовувати центральні банки у період пандемії. Зокрема, на початок 2020р. фінансові системи розвинених країн були переобтяженими державними боргами, адже збалансувати публічні фінанси після кризи 2008- 2009рр. так і не вдалося. У країнах ЄС відношення державного боргу до ВВП на початок 2020р. становило 84%, тоді як напередодні кризи 2008р. – 66 %; У США – 107,7 % (напередодні кризи 2008-2009рр. – 62,9%), у Великій Британії – 87,2% (відповідно, 34,2%). До кризи 2008-2009рр. банківська система Великої Британії взагалі не мала вкладень у державні цінні папери, а на початок 2020 року 20,7% її залучених ресурсів було вкладено у фінансування державного боргу. У США вказаний показник зріс упродовж 2008-2020рр. з 25,1% до 34,7%, у країнах ЄС – з 19,1% до 28,1%. Це вказує на те, що на початок пандемії рівень виснаженості фінансових систем країн був суттєво вищим ніж напередодні кризи 2008- 2009рр. [2]. Отже, розвинені країни світу мали вужчі можливості для антикризових монетарних заходів, ніж десять років тому.

Наприкінці серпня 2020 року Комітет відкритого ринку Федеральної резервної системи (ФРС) США повідомив про затвердження змін до «Заяви про довгострокові цілі та стратегію монетарної політики». Для досягнення цих цілей 23 березня 2020 р. ФРС запровадила низку монетарних заходів, спрямованих на підтримку фінансових ринків, а саме: для підтримки малого та середнього бізнесу ФРС протягом березня 2020 р. двічі знизила ставку федерального рефінансування; зменшив норматив обов'язкового резервування до 0% поки економіка не стабілізується; вдався до купівлі необмеженої кількості казначейських цінних паперів та іпотечних цінних паперів. Внаслідок цього, баланс ФРС протягом березня – травня зріс з \$4,1 трлн. до \$7,1 трлн. і після деякого зниження влітку на кінець року сягнув \$7,2 трлн. [4].

Європейський центральний банк (ЄЦБ) на початку 2020 року також оголосив про перегляд Стратегії монетарної політики, яка залишалася незмінною з 2003р. ЄЦБ знизив ставку за депозитами, відновив програму купівлі активів, розпочав нову серію цільових довготермінових операцій рефінансування та послабив умови застави.

Банк Англії разом з Казначейством запустив Установу корпоративного фінансування (Covid Corporate Financing Facility) в період COVID-19, що разом з Coronavirus Business Loans Interruption Scheme надав кредитів та гарантій на 330 млрд фунтів стерлінгів (15 відсотків ВВП). Великобританія, поряд зі зниженням облікової ставки, запровадила заходи щодо цільового рефінансування банків з метою подальшого кредитування малих та середніх підприємств .

Починаючи з 2020 року, основні зусилля японського уряду були спрямовані на відновлення економіки, тому Банк Японії встановив відсоткову ставку на від'ємному рівні (-0,1%), необмежений викуп державних облігацій, а також спрощення фінансування для банків, таргетування доходності десятирічних держоблігацій на рівні - близько 0% [8].

Таблиця 1

### Інструменти грошово-кредитної політики центральних банків розвинених країн світу в період поширення Covid-19

Країна	Заходи монетарної політики			
	США	ЄС	Великобританія	Японія
Зниження відсоткових ставок до мінімального рівня	+	+	+	+
Збільшення лімітів рефінансування	+	+	+	
Цільові програми викупу активів	+	+	+	+
Спрощення фінансування для банків, бізнесу	+	+	+	+
Операції по свопу ліквідності в доларах США			+	

Розвинені країни використали у період пандемії сукупність монетарних механізмів, що включали зниження до мінімального рівня відсоткової ставки (хоч для центрального банку Японії цей інструмент був вкрай обмежений), збільшення лімітів рефінансування для фінансових установ, цільові програми викупу активів для підвищення ліквідності суб'єктів господарювання, спрощені процедури фінансування, кредитування, програми розвитку з виділенням кредитних ресурсів з державних бюджетів та інші заходи. Запровадження жорстких карантинних обмежень, різке зростання бюджетних дефіцитів та необхідність підтримання економічної активності спонукали центральні банки вдатися до ще більшого пом'якшення монетарних умов. У багатьох випадках ключові ставки в реальному вимірі було знижено до від'ємних значень, коли номінальний рівень ставки є нижчим і від поточного, і від прогнозного рівня інфляції.

Список використаних джерел:

1. Гудіма Т. Економіко-правові особливості реалізації грошово-кредитної політики в кризовий період (на прикладі пандемії COVID-19). Господарське право і процес. 2020. №4. С. 70-75
2. Зимовець В. Про грошово-кредитну політику в умовах пандемії: чи спрацьовує монетарна експансія?. Чинники, складові і результати запровадження і реалізації антикризової політики в окремих країнах світу та Україні. Прогноз соціально-економічного розвитку України у 2021р. / Наук. ред. В.Юрчишин . Київ: Заповіт, 2021, 200с. с. 156-169
3. Панчишин С. Макроекономіка:навч. посіб. Вид. 3-те, стереотипне. К.: Либідь, 2005. 616с.
4. Пасічник І.В. Назаренко Р.Д. Діяльність центрального банку в умовах пандемії. Бізнесінформ. 2020 №6. С. 245-251

5. Сайт НБУ. – [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/natsionalniy-bank-zaprovdjue-dovgostrokovye-refinansuvannya-dlya-pidtrimki-kredituvannya-ta-likvidnosti-bankiv>
6. Monetary policy Bank of England. – [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.bankofengland.co.uk/monetary-policy>
7. Monetary policy European Central Bank. – [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.ecb.europa.eu/mopo/html/index.en.html>
8. Monetary policy Bank of Japan. – [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.boj.or.jp/en/mopo/outline/index.htm/>

**Viktoriia Stefunka**

*Ivan Franko National University of Lviv*

MONETARY POLICY OF CENTRAL BANKS OF DEVELOPED COUNTRIES UNDER CONDITIONS OF THE COVID19 PANDEMIC

Monetary policy of central banks of United States of America, European Union, England and Japan were studied. General theoretical principles of monetary policy were considered. Different types of monetary policy of each country and their instruments were described. Comparative analysis of monetary policy on chosen country was also included. This allowed to evaluate difference between the ways of stabilization of economy in USA, EU countries, England and Japan and their impact on countries at all.

*Keywords:* monetary policy, central bank, covid19 pandemic, instruments of monetary policy.

Олеся Стецюк

Львівський національний університет імені Івана Франка  
stetsokolesia@gmail.com

## СУТЬ І ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ ТРАНСАКЦІЙНИХ ВИТРАТ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Швидко з'являються і розвиваються інституційні теорії ще з ХХ століття, що сприяє виникненню в суспільстві нових інформаційних потреб, поряд із появою формальних і неформальних норм і правил поведінки суб'єктів, які приймають участь у проведених транзакцій, що стало основою ринкової економіки. Проблема саморегулювання ринкової економіки не може розглядатися лише через призму вільної конкуренції та ціноутворення, оскільки їх вплив на розвиток економічних процесів стає все більш і більш значним. Формальні та неформальні інститути, створюють певне інституційне середовище, зміна якого може істотно впливати на формування транзакційних витрат.

На підприємствах величина транзакційних витрат постійно зростає, а необхідність їх визначення та скорочення набуває все більш усвідомленого характеру. Чимало науковців довели, що така категорія витрат має суттєвий вплив на процеси діяльності суб'єктів господарювання.

Питання транзакційних витрат як нового об'єкта обліку, аналізу і контролю у сучасному динамічному економічному середовищі та в управлінні є надзвичайно актуальними, оскільки зазвичай такі витрати не узагальнюються у звітності та не систематизуються на рахунках бухгалтерського обліку. Ідея впровадження в економічну науку «транзакційні витрати» походить від потреб суб'єктів про необхідність встановлення економічної результативності та ефективності прийняття управлінських рішень. Бо саме ефективність інститутів та інституціональної системи може бути оцінена через транзакційні витрати.

Поняття «транзакція» походить від латинського слова «transaction», що означає «угода». Сьогодні в науці транзакція тлумачиться як банківська операція, яка полягає в перерахуванні коштів з одного поточного рахунку на інший та як операція (угода), що супроводжується взаємобумовленими поступками. Транзакція – це способи, які підпорядковуються законним операціям і традиціям, способи придбання і відчуження легального контролю товару або легального контролю праці і управління, котрі виробляють, доставлять або обмінюють товари і послуги для кінцевого споживача [2].

Суть і поняття «транзакційні витрати» прямо пов'язане з роботою Рональда Коуза «Природа фірми» [3, С.36-58] та розвинене ним у праці «Проблема соціальних витрат» [3, С.92-150]. Коуз дає першу характеристику свого власного розуміння їх суті і складу, хоча не формує точного визначення. Суть його розуміння нововиділеної складової зводиться до того, що транзакційними є витрати на забезпечення і організацію «угод» щодо розподілу факторів виробництва та готового продукту, які мають місце як на ринку, так і всередині підприємства. І якщо на ринку транзакції розуміються в класичному «обмінному» сенсі, тобто основою їх є платність інформації, то всередині підприємства – транзакціями Коуз називає забезпечення «контрактів» між факторами виробництва, тобто, по-суті, описує витрати на організацію цього виробництва - «внутрішні транзакції».

На основі аналізу поданих трактувань поняття «транзакційні витрати», формуємо власне визначення: транзакційні витрати – це витрати на організаційне управління процесами, на збирання та узагальнення інформації, витрати на підготовку і виконання контрактів.

Основним завданням управління транзакційними витратами підприємства є побудова обґрунтованого механізму формування транзакційних витрат, підвищення конкурентоспроможності підприємства та забезпечення ефективної роботи підприємства на ринку.

Таким чином, транзакційними є витрати, пов'язані з дослідженням та моніторингом ринкової та цінової політики конкурентів, витратами на ведення переговорів, укладанням і легалізацією договорів, витратами на контроль та дотриманням умов угод.

Вважаємо, що суб'єкти управління транзакційними витратами мають такі функції:

- інформаційна, полягає у виокремленні основної інформації з інформаційного потоку, пов'язаного з транзакційними витратами, та надання відповідної інформації керівництву;
- аналітична - під час аналізу інформації, пов'язаної з транзакційними витратами, а також у певних відділах та інших секторах шукають шляхи та засоби зменшити ці витрати;
- контрольна, ґрунтується на чіткому слідуванню за дотриманням зазначеного плану транзакційних витратах на підприємстві;
- прогнозна - надати обґрунтовані дані про транзакційні витрати для майбутніх періодів.

Необґрунтоване та надмірне зниження цих витрат може призвести до ослаблення відносин з інституційним середовищем, втрати ринкових позицій, зниження довіри споживачів і партнерів, зниження лояльності працівників, що призведе до втраченого прибутку. Використання інформаційних технологій та інформаційних бізнес-систем може підвищити обґрунтованість транзакційних витрат.

Національний стандарт бухгалтерського обліку 16 «Витрати» не виділяє транзакційні витрати ні за видами діяльності підприємства, ні за прийнятною елементною класифікацією витрат. Зокрема, в абзаці 1. п. 7 НП(С)БО 16 визначено, що витрати визнають одночасно з доходом, для одержання якого були отримані. Однак складність у тому, що транзакційні витрати (крім тих, які пов'язані безпосередньо з укладенням контрактів на продаж товарів) зазвичай не можна пов'язати з конкретними надходженнями. Навіть більше: ці витрати часто здійснюють «авансом», а часто – і непродуктивно. Проте їх величина впливає на фінансовий результат підприємства, не кажучи вже про конкурентоспроможність [4].

Проблема обліку транзакційних витрат полягає в тому, що велика їх частина розпорошена на витратних рахунках дев'ятого класу, які сформовані з метою отримання калькуляції. Варто зазначити, що транзакційні витрати як витрати ринкової взаємодії господарюючих суб'єктів характеризують рівень підготовки виробництва продукції (робіт, послуг) більше, ніж процес виробництва. Витрати, що безпосередньо не стосуються створеної продукції (робіт, послуг), і які більшою мірою пов'язані з підготовкою та організацією виробництва, не вводять до собівартості продукції (робіт, послуг). Такі витрати, які неможливо прямо пов'язати з доходом певного періоду, відображають у витратах того звітного періоду, в якому вони були здійснені, є непрямими, і їх покривають за рахунок прибутку підприємства. Окремі елементи транзакційних витрат частково враховують у витратах діяльності за трьома видами: адміністративні витрати, витрати на збут, інші операційні витрати. Для обліку цих витрат призначений 9 клас рахунків, а саме: рахунки 92 «Адміністративні витрати», 93 «Витрати на збут» та 94 «Інші витрати операційної діяльності», між якими і розподіляють транзакційні витрати [1].

Для бухгалтерського відображення транзакційних витрат не потрібно створювати спеціальні форми первинних документів, а можна використовувати діючі форми. Зокрема, для обліку витрачених товарно-матеріальних цінностей підприємства використовують документи на списання матеріалів – накладні внутрішнього призначення, лімітно-забірні картки тощо. Витрати на оплату праці оформлюють розрахунково-платіжними відомостями. Витрати у вигляді одержаних послуг вводять до транзакційних витрат на підставі актів виконаних робіт тощо.

Різні види трансакційних витрат обліковуються на різних рахунках: для витрат на пошук інформації використовують рахунки 92 «Адміністративні витрати», 93 «Витрати на збут»; для витрат на ведення переговорів і укладання угод – 92 «Адміністративні витрати»; для витрат на вимірювання – 91 «Загальнопромислові витрати» та 93 «Витрати на збут». Витрати специфікації і захисту прав власності обліковуються на рахунку 92 «Адміністративні витрати» а інші трансакційні витрати, зазвичай, на рахунку 94 «Інші витрати операційної діяльності». Зважаючи на це, для систематизації інформації про трансакційні витрати підприємства пропонуємо відкрити окремі субрахунки до зазначених вище рахунків або використовувати окремий синтетичний рахунок 99 «Трансакційні витрати».

Враховуючи пасивний характер попиту суб'єктів соціально-економічних відносин на інформацію про трансакційні витрати, бухгалтерам варто активно ініціювати інформування громадськості про витрати на утримання неефективних інститутів та резерви для оптимізації витрат на підтримку бізнесу в сучасному інституційному середовищі. Бухгалтерський облік повинен забезпечувати інструменти та основи для обліку, аналізу та контролю трансакційних витрат, а не зосереджуватись на технічних методах їх вимірювання.

*Список використаних джерел:*

1. Гайдучський П. І., Жук В. М. Облік трансакційних витрат – вагомий фактор конкурентоспроможності в сучасній економіці. *Облік і фінанси АПК*. 2012. № 3. С. 9–19.
2. Комманс Дж. Інституційна економіка. *Економічний вісник державного університету*. 2007. Том 5, № 4. С. 59 - 70. URL: <https://www.ie.boom.ru>.
3. Коуз Р. Фірма, ринок і право: пер. з англ. М.: Нове видавництво. 2007. 224 с.
4. Лоханова Н. Проблеми обліку і контролю трансакційних витрат у системі управління економічною стійкістю підприємств. *Вісник THEU*. 2012. № 1. С. 161-171.

**Olesia Stetsok**

*Ivan Franko National University of Lviv  
stetsokolesia@gmail.com*

THE ESSENCE AND PROBLEMATIC ASPECTS OF ACCOUNTING FOR TRANSACTION COSTS IN THE ENTERPRISE

*Annotation.* Based on the value of transaction costs of the enterprise it is necessary to determine and reduce the acquisition of all conscious nature. Many researchers have shown that this category of costs has a significant impact on the business processes of businesses. In management, information about transaction costs incurred is also important for effective operational and strategic management.

The issue of transaction costs as a new object of accounting, analysis and control in today's dynamic economic environment in management is extremely relevant, as a rule, such costs are not summarized in the reporting and are not systematized in the accounts.

*Keywords:* accounting, transaction costs, transaction, transaction sector, transaction costs of corporations.

**Юлія Тенета**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*

*yuliateneta@gmail.com*

## **ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ДІДЖИТАЛ МАРКЕТИНГУ ПРОМИСЛОВИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ**

Двадцять перше століття інакше можна назвати століттям інформаційним, оскільки найбільшим активом та джерелом конкурентної переваги стає інформація. При цьому йдеться не тільки про інформацію, а й про те, як вона зберігається, передається і, в якому вигляді представляється людині. Важко усвідомити, наскільки сучасний світ став діджиталізованим [2].

Перехід до інформаційного суспільства та цифрової економіки сприяли значній трансформації потенційних споживачів та їхньої поведінки. Діджиталізація змінила те, як підприємство просуває свій продукт на ринку, комунікації перемістилися зі світу реального у віртуальний світ. І, якщо для споживача діджиталізація несе багато нових благ, то для підприємств вона створює додаткові складності, тому що йти в ногу з часом стає дедалі важче.

До того ж, щодня людина має справу з величезною кількістю інформації, орієнтуватися в якій стає дедалі складніше. Відповідно, коли кількість пропозицій на ринку збільшується в геометричній прогресії, маркетологам доводиться шукати більш ефективні способи впливу на споживачів. Тому підприємства починають використовувати відносно новий напрямок маркетингу – діджитал маркетинг та всі його доступні інструменти, щоб просунути свої товари та послуги на ринку і, як наслідок, бути конкурентоспроможними [3].

В Україні діджитал маркетинг з'явився порівняно нещодавно. Загалом, він повторює західний шлях розвитку, але є, звісно, свої особливості. Наприклад, у більшості галузей, зокрема в промисловості, де діджитал канали могли б відігравати важливу роль для залучення та утримання клієнтів, конкуренція сьогодні майже відсутня. Там же, де вона сильна, сфера діджитал використовується поки що не дуже активно. У той час як на ринках провідних країн світу саме конкуренція сприяє зростанню діджитал технологій, що робить їх чи не основним інструментом у боротьбі за споживача – не лише як медійний канал, а й як основний засіб взаємодії з клієнтом через сервіси та додатки.

Систематизація інформації про особливості просування товарів і послуг промислових підприємств за допомогою інструментарію діджитал маркетингу дала змогу конкретизувати стратегічні можливості промислових підприємств в ринкових умовах, що постійно змінюються. Основи просування продукції промислових підприємств за допомогою інструментарію діджитал маркетингу в сучасних умовах містять таку сукупність положень, закономірностей, понять, принципів, інструментів, методів і чинників, які в повній мірі визначають специфіку ведення бізнесу промисловими підприємствами з використанням діджитал технологій та Інтернету.

Зокрема, найбільш ефективними інструментами діджитал маркетингу в аспекті діяльності вітчизняних промислових підприємств, вважаємо наступні:

- партнерські програми, прямі розсилки (E-mail маркетинг, SMS і MMS розсилки);
- реклама (контекстна Google Adwords; банерна; тізерна; відеореклама; медійна реклама; реклама в різних формах цифрової продукції: електронних книгах, програмах, іграх, інтерактивних білбордах тощо);
- ретаргетинг;
- Push-повідомлення;
- PR прес-релізи в онлайн медіа тощо [1].

На основі аналізу досвіду використання підприємствами різних галузей інтернет-платформи, варто вказати на їх доцільність в аспекті використання вітчизняними промисловими підприємствами, що дасть змогу здійснювати більш результативний пошук нових партнерів, суттєво прискорити швидкість логістичних операцій, збільшити рівень ефективності діяльності тощо. Інтернет-платформа для промислових підприємств є майданчиком для розміщення тематичних онлайн-оголошень, що дасть змогу ефективно здійснювати продаж промислової продукції, а також пошуку нових партнерів тощо.

На нашу думку, в сучасних умовах розвитку діджитал маркетингу, особливого значення в процесі використання інструментів діджитал маркетингу набуває персоналізація. Перш за все, вона дасть змогу ідентифікувати клієнта, тим самим переконавшись в його добропорядності. Також вона дасть змогу зрозуміти реальні наміри, бажання і потреби клієнта. Завдяки їй виникає можливість аналізувати поведінку користувача в конкретний проміжок часу, його дані (демографічні, аналітичні тощо) і формувати стратегію, що дозволяє легко досягати своєї мети. Важливо дійти узгодженості між потребами (бажаннями) користувача та стратегічними бізнес-цілями компанії, підвищити конверсію та, водночас, ступінь залученості та лояльності [4]. Сьогодні цей напрямок активно розвивається, з'являються нові технології та інструменти для ефективної взаємодії з цільовою аудиторією.

Станом на сьогодні, важливо підтримувати максимально високий рівень обізнаності потенційних споживачів щодо продукції промислових підприємств. Це дасть змогу підвищити рівень довіри споживачів, а також може розв'язати їх певні побоювання. Наприклад, ефективним може бути розміщення систематизованого електронного каталогу промислової продукції, що дасть змогу споживачам детально ознайомитися з нею, зекономити їх час та може говорити про шанобливе ставлення до них, що сприятливо вплине на потенційну покупку.

Необхідно створювати і розвивати двобічні комунікації з покупцями в режимі online. Це дасть змогу своєчасно проконсультувати їх, розв'язати їхні сумніви, оперативно виявити відповідність чи невідповідність продукції вимогам клієнтів, отримати цінну інформацію щодо удосконалення продукції, належним чином зреагувати на претензії тощо. Варто також створювати у соціальних мережах платформи для обговорення продукції промислового підприємства, стимулювати клієнтів до відгуків щодо неї, її товарних характеристик тощо.

Таким чином, абсолютно точно в найближчому майбутньому доцільно й надалі працювати над розвитком програмного забезпечення галузі діджитал маркетингу. В першу чергу, необхідно акцентувати увагу на створенні універсального багатфункціонального програмного рішення, що дасть змогу ефективніше управляти маркетинговими процесами на промисловому підприємстві в сучасних складних умовах.

*Список використаних джерел:*

1. Дериколенко А.О. Просування продукції промислових підприємств за допомогою інструментарію цифрового маркетингу: автореф. дис. на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04; Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», Харків, 2021. 23 с.
2. Бабаченко Л.В. Москаленко В.А. Марченко А.О. Сучасні тенденції застосування інструментів digitalmarketing у діяльності підприємства. Вісник аграрної науки Причорномор'я. 2019. № 4. С. 20-29. URL: <https://visnyk.mnau.edu.ua/n104v4r2019babachenko/>

3. Рябов І.Б., Шевкопляс І.М. Особливості та сучасні тенденції застосування системи digital-маркетингу на підприємстві. Ефективна економіка, №12. 2020. URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12\\_2020/95.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2020/95.pdf)
4. Dave Chaffey What is Digital Marketing. A visual summary. URL: <https://www.smartinsights.com/digital-marketing-strategy/what-is-digital-marketing/>

**Yuliia Teneta**

*Ivan Franko National University of Lviv  
yuliateneta@gmail.com*

#### PECULIARITIES OF APPLICATION OF DIGITAL MARKETING TOOLS BY INDUSTRIAL ENTERPRISES

The above theses tell about the relevance of the use of digital marketing tools by industrial enterprises during the war, modern realities. Whether it is expedient to use them and how their use affects or may affect the activities of an industrial enterprise.

I wanted to convey to people that, in fact, the digital world is one of the greatest prospects for development and avoidance of crisis for the company. Will the war affect the activities of such enterprises? So. Negatively? So. However, digital technologies in marketing make it possible to completely or partially avoid these consequences.

Тарас Мотрюк<sup>1</sup>, Назар Тимків<sup>2</sup>, Роман Карпук<sup>3</sup>

Львівський національний університет імені Івана Франка, УКРАЇНА, м. Львів, просп. Свободи, 18

<sup>1</sup>E-mail: tarasmotryuk@gmail.com, <sup>2</sup>E-mail: ntimkiv80@gmail.com, <sup>3</sup>E-mail: roman13567890@gmail.com

## ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ФОРМА ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

24 лютого 2022 року Російська Федерація здійснила пряму агресію проти суверенної держави України. Внаслідок активних бойових дій було зруйновано безліч підприємств, а чимало вимушено зупинили діяльність. Це призвело до зменшення ділової активності, падіння величини внутрішнього валового продукту та інших кризових економічних процесів. В таких важких умовах необхідно забезпечити якнайшвидше відновлення підприємницької діяльності. Одним із шляхів розвитку бізнесу є широке впровадження франчайзингової форми господарювання.

Франчайзинг як форма господарювання дає можливість поєднувати на ринку інтереси великого та малого підприємництва, сприяє використанню досвіду успішних компаній для розвитку малого бізнесу. Саме завдяки своєрідній співпраці, у рамках якої одна сторона (франчайзер), що вже володіє відомою торгівельною маркою або ноу-хау, комерційними таємницями, гарною репутацією, дозволяє іншій стороні (франчайзі) користуватися на платних умовах створеною нею схемою бізнесу протягом певного часу[1].

Як один із найпопулярніших способів впровадження та розширення бізнесу франчайзинг надає беззаперечні переваги обом сторонам франчайзингового договору: для франчайзі – це готовий рецепт входження на певний ринок бізнесу, що у свою чергу, означає простіший шлях для реалізації товарів чи послуг і отримання прибутку від своєї діяльності; а для франчайзера – це можливість розширити територію збуту своєї продукції та покращення іміджу компанії[4].

На сьогодні франчайзингова форма ведення бізнесу є досить привабливою для вітчизняних підприємств. Більшість українських франчайзерів зосереджено у м. Київ і лише їх невеликий відсоток у регіонах. Найбільш популярними діючими франчайзинговими мережами України станом на 2020 р. є франшизи у сфері громадського харчування, у сфері послуг та торгівлі (рітейл)[3].

Навіть під час COVID-19 франчайзинг мав позитивний вплив на розвиток бізнесу. Розширення меж підприємницької активності національних суб'єктів господарювання, надання можливостей до участі підприємств вже у готовому бізнесі, набуття певного досвіду із залучень нових клієнтських баз – є ключовими напрямками ведення цієї форми бізнесу у сучасних умовах.

За результатами аналітики ринку франчайзингу у період 2018 – 2020 рр. кількість франчайзингових об'єктів за сферами становила: громадське харчування – 7 682 об'єкти, послуги – 12941 об'єкт, рітейл – 5 923 об'єкти[5].

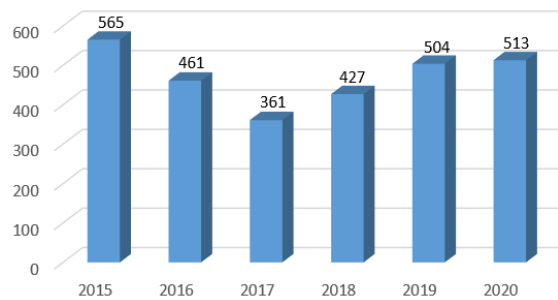


Рис. 1. Динаміка кількості франчайзерів за 2015–2020 роки в Україні

Через збільшення кількості франчайзерів в Україні за 2018 – 2020 рр., ринок країни цікавить світові бренди у розробленні власних франшиз на її території, проте слід додати, що через недосконале законодавство України про франчайзинг, недостатній захист права власності, іноземні франчайзери не відкривають власний бізнес у країні, використовуючи франчайзингову форму організації бізнесу, лише шукають кількох партнерів і використовують їх для розвитку франчайзингової мережі[3].

Водночас, на українському ринку починає розвиватися системний підхід до формування франшиз у фірмах та компаніях, а також франчайзинг використовують уже як стратегію. Аналіз походження франчайзингових брендів, що діяли на території України в 2015 – 2020 рр., дає можливість стверджувати, що частка вітчизняних брендів значно більша від іноземних, і за останні роки вона продовжує стабільно зростати – для прикладу, на 25% у 2020 р. порівняно з 2019 р.[5].

Основними чинниками, що забезпечують конкурентні переваги франчайзингу як форми ведення підприємницької діяльності суб'єктами малого та середнього бізнесу, є: 1) навички та технології, які створюють унікальну цінність потенційним споживачам товарів/послуг; 2) засвоєння нового рівня управлінського, технологічного, організаційного, комунікаційного розвитку малих підприємств; 3) перевірена часом якість продукції, що забезпечує франчайзі стабільний попит і дає малим підприємствам інформаційні, іміджеві, сервісні переваги; 4) економія витрат для малих підприємств-початківців, яка дає можливість оптимізувати кваліфікаційний, кон'юнктурний та економічний складники власного бізнесу; 5) можливість цілеспрямованої державної підтримки за умови участі франчайзі у вирішенні гострих соціально-економічних проблем регіону, наприклад шляхом створення певної кількості нових робочих місць, просування на регіональних та міжнародних ринках національних виробників[2].

Однак використанню франчайзингу суб'єктами підприємництва у реаліях національної економіки України перешкоджають наступні фактори:

1) відсутність власних великих капіталів у розпорядженні підприємців. Під час створення стартового капіталу франчайзі повинен вносити одноразову франшизну плату (паушальний платіж), на основі якого він і починає свою діяльність у франчайзинговій мережі. Саме тому українські підприємці кредитуються на ці потреби в банках. За спроб отримання необхідних сум кредиту виникає низка проблем, зокрема дохід, який планує отримати підприємець як учасник мережі, зтягує термін повернення кредиту, а за існуючих ставок кредитів і взагалі стає неможливим. Окрім процентних ставок, що є достатньо високі, особливо для початкуючих підприємств-франчайзі, повернення кредиту гальмують виплати франчайзі, а саме роялті, відрахування у централізований рекламний фонд та інші платежі, пов'язані з основною діяльністю підприємця, тому;

2) недосконалість законодавства, що обмежує можливості розвитку франчайзингу та ускладнює процедуру кредитування франчайзі. Формування нормативно-правової бази франчайзингу, яка є гостро затребуваною у економічній системі України, потребує додаткових витрат. Тобто інституційне середовище для розвитку франчайзингу в державі не можна вважати настільки сприятливим, щоб ця форма ведення підприємницької діяльності міцно закріпилася в діловій практиці українського підприємництва[2].

Враховуючи вище зазначені негативні фактори розвитку франчайзингових відносин в Україні, вважаємо, що доцільними будуть наступні заходи:



- 1) фінансова підтримка держави, що реалізуватиметься через встановлення податкових пільг та підвищення доступності кредитування суб'єктів малого та середнього бізнесу;
- 2) уніфікація або хоча б часткове наближення законодавчої бази України до норм міжнародного права;
- 3) внесення апробації бізнесу як обов'язкового пункту будь-якої франшизи;
- 4) створення державою спеціальних центрів, що можуть функціонувати при державних органах, з метою популяризації франчайзингу та надання супровідних послуг[6].

Франчайзинг як форма ведення підприємницької діяльності стане великим стимулом для поживлення ділової активності суб'єктів підприємництва у післявоєнній відбудові України.

*Список використаних джерел:*

1. Бившева Л.О., Кондратенко О.О., Лисенко А.О. Франчайзинг як ефективна форма розвитку інноваційного підприємництва в Україні. *Економічний вісник Донбасу*. 2018. № 3. С. 136-140. URL [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecvd\\_2018\\_3\\_25](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecvd_2018_3_25) (дата звернення 08.05.2022)
2. Данилович-Кропивницька М. Проблеми та перспективи поширення франчайзингових мереж у середовищі малого підприємництва України. *Підприємництво та інновації*. 2021. № 20. С. 33-43. URL <https://doi.org/10.37320/2415-3583/20.4> (дата звернення 09.05.2022)
3. Козій Н.С., Кізілова В.О., Кізілов Д.В. Особливості розвитку франчайзингової діяльності в Україні. Університет державної фіскальної служби України. 2021. URL <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2021-35-9> (дата звернення 10.05.2022)
4. Лазнева І.О., Жеронкін Б.О. Франчайзинг як перспективна форма ведення бізнесу на страховому ринку України. *Економічний вісник НГУ*. 2018. №2(62). С.126-134. URL [https://ev.nmu.org.ua/docs/2018/2/EV20182\\_126-134.pdf](https://ev.nmu.org.ua/docs/2018/2/EV20182_126-134.pdf) (дата звернення 09.05.2022)
5. Мельничук О.П. Франчайзинг в Україні: динаміка та вектори розвитку. КНТЕУ. 2021. URL <https://knute.edu.ua/file/MzEyMQ==/96657baf3787753f0a0ae2cd45be06af.pdf#page=86> (дата звернення 08.05.2022)
6. Ситник Н.С., Попович Д.В. Розвиток франчайзингу в Україні як складник інвестиційної політики держави. *Бізнес-навігатор*. 2018. № 1(2). С. 140-144. URL [http://nbuv.gov.ua/UJRN/bnav\\_2018\\_1%282%29\\_31](http://nbuv.gov.ua/UJRN/bnav_2018_1%282%29_31) (дата звернення 09.05.2022)
7. Шевчук В.І. Міжнародний франчайзинг як інструмент розвитку діяльності підприємства. *Магістерська робота*. THEU. 2018. URL <https://cutt.ly/yHg6Stt> (дата звернення 09.05.2022)

**Taras Motriuk, Nazar Tymkiv, Roman Karpuk**

*Ivan Franko National University of Lviv*

**FRANCHISING AS A FORM OF DOING BUSINESS IN MODERN CONDITIONS**

These theses highlight the current state, prospects and obstacles to the development of franchising as a form of entrepreneurial activity. Measures to organize business through franchising in Ukraine are also proposed.

**Keywords:** franchising, business and production franchising, franchisor, franchisees, franchise, lump sum payment

**Viktoriia Turani**  
 Ivan Franko National University of Lviv  
 Viktoriia.Turani@lnu.edu.ua

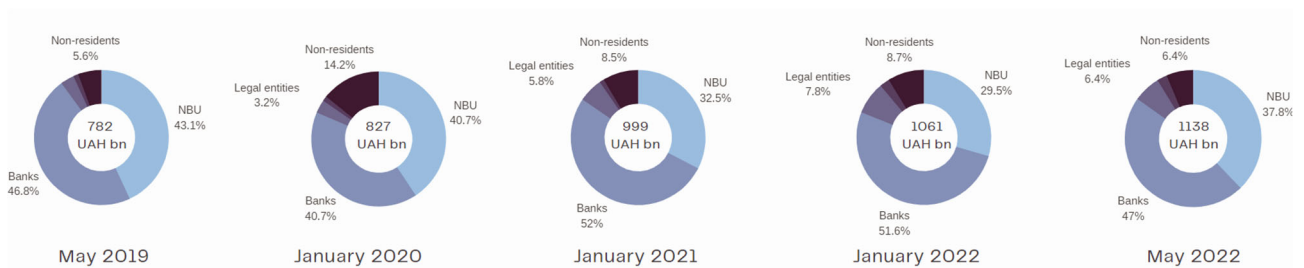
## FEATURES OF THE UKRAINIAN SOVEREIGN SECURITIES MARKET DURING RUSSIAN INVASION

The Domestic government bonds market of Ukraine is the most developed segment of the domestic financial market. In recent years, Ukraine's public debt has been around 50% of GDP, while domestic bonds have been issued for about 20% of the country's GDP.

In recent years, Ukrainian bonds denominated in hryvnia have been attractive to investors and have demonstrated an acceptable combination of return and risk parameters. However, the higher return expected from investing in bonds denominated in hryvnia is accompanied by increased risk arising from adverse currency fluctuations.

On 27 May 2019, Clearstream, connected the Ukrainian market to its network and make Ukrainian government securities eligible in its system. This step enabled settlement of all government bonds denominated in the local currency hryvnia through the international system of Clearstream, improving efficiency at international standards while reducing costs for investors [1]. The increase in the volume of foreigners buying Ukrainian high-yield domestic government bonds, respectively, increased the supply of currency in the market, which led to an even greater strengthening of the hryvnia. As we know, the formation of the exchange rate is influenced by a huge number of factors and this is just one of them.

The structure of domestic government bonds in circulation indicates that the share of bonds held by non-residents also increased after connecting the Ukrainian market to the Clearstream network (Figure 1). As of the beginning of 2020, their share was 14.2%, during 2020 it decreased to 8.5% due to the Covid-19 pandemic, no significant changes have taken place in recent years [2]. Given the relatively high and stable share of foreign creditors in the hryvnia-denominated bonds market, we investigated the reaction of such market participants to external and internal disturbances that could lead to a sudden outflow of money from the economy.

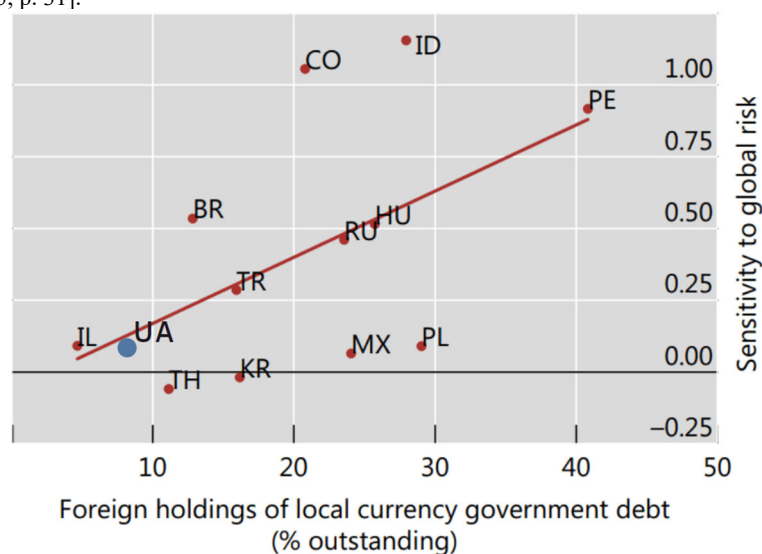


**Figure 1. The structure of domestic government bonds in circulation**

Source: developed by the author based on [2]

Experts from the Bank for International Settlements analysed the recent changes in the patterns of capital flows and their drivers. In particular, scientists analysed the relationship between foreign participation in local currency sovereign bond markets and the sensitivity of local interest rates to foreign financial shocks. In general, a higher level of the VIX, which is a widely used gauge of global risk aversion, is associated with lower capital flows to EMEs [3, p. 19].

Foreign demand for bonds denominated in local currency is a positive development for EMEs, which were long unable to issue in their own currencies, a situation described as "original sin". However, when currency risk is shifted from borrowers to creditors, EMEs are, under certain circumstances, still vulnerable to feedback loops between capital flows, exchange rates and asset prices, a situation which some have deemed "original sin redux" [3, p. 31].



\* UA = Ukraine; BR = Brazil; CO = Colombia; HU = Hungary; ID = Indonesia; IL = Israel; KR = Korea; MX = Mexico; PE = Peru; PL = Poland; RU = Russia; TH = Thailand; TR = Turkey.

**Figure 2. Foreign participation in local bond markets and sensitivity to global risk**

Source: [3]

The sensitivity of local interest rates to foreign shocks is measured by the relationship between changes in the yield on local currency government bonds with a maturity of 10 years and moves in the VIX index. When the VIX rises, indicating greater risk aversion, local currency yields tend to rise, so a larger coefficient indicates greater sensitivity of local rates.

We estimated the sensitivity of Ukrainian bonds to global risk by building a regression model. The sensitivity factor is 0.0874 (Figure 2). Our analysis confirms the conclusions made by BIS experts. The sensitivity is greater in countries where foreigners own a larger share of local currency sovereign bonds. The share of non-residents in Ukraine is relatively low, so the sensitivity of Ukrainian bonds denominated in hryvnia to global risks is also low, for now. At the same time, it should be noted that the comparative analysis of the Ukrainian sovereign bond market with the markets of other countries is not entirely correct. BIS experts took into account 10-year bonds, and since the Ministry of Finance of Ukraine does not issue such bonds, we used the weighted average yield on all issues of Ukrainian bonds denominated in hryvnia.

In our opinion, the effective monetary policy of the NBU to adjust domestic interest rates, increase the efficiency of the interest rate channel of its transmission mechanism, further floating exchange rate regime, will affect the amount of risk premium and yield on sovereign securities, and thus allow the NBU to smooth out mood of foreign investors, and thus increase the sensitivity of local interest rates to VIX index [4].

Russia invaded Ukraine on 24 February 2022 in an internationally condemned act of aggression. The war had a catastrophic impact on the economy, GDP, and the state budget. The IMF forecasts a 35% reduction in Ukraine's GDP [5]. The World Bank estimated that the country's GDP could decline by 45.1% this year, although it noted that "the magnitude of the contraction will depend on the duration and intensity of the war" [6].

The Ukraine 5 Years Sovereign credit default swaps reached a maximum value of ten thousand six hundred and thirty basis points (on 4th of March 2022) [7]. Today CDS value is ten times more than in the pre-war period. This illustrates that the risks are still there and the situation is unstable.

An interesting feature of the Ukrainian sovereign securities market is that the yield curve for UAH government bonds is inverted. An inverted yield curve occurs when short-term debt instruments have higher yields than long-term instruments of the same credit risk profile.

After the beginning of the full-scale invasion of Russia, there are large fiscal gaps and to meet them the Ministry of Finance uses both traditional and innovative methods of raising funds. Innovative tools for raising funds to the state budget include donation in cryptocurrencies to the government's official donation platform and NFT sale.

In the conditions of military aggression of the Russian Federation, the Ministry of Finance offers citizens, businesses and foreign investors to support the budget of Ukraine by investing in War bonds. The funds from the bonds will be used to meet the needs of the Armed Forces of Ukraine and to ensure the uninterrupted provision of the state's financial needs under martial law [8].

The Cabinet of Ministers decided to issue war bonds worth up to UAH 400 billion at 11% per annum, which can be redeemed in the primary market by the NBU. This decision is unprecedented, but justified. The National Bank purchases bonds through an agreement between the NBU and the Ministry of Finance and is not included in the results of weekly auctions for the sale of these securities. As of May 10, 2022, the portfolio of war bonds owned by the central bank is UAH 100 billion. In particular, on March 8, April 12 and April 20, the NBU bought bonds worth UAH 20 billion, on April 27 - UAH 10 billion, and on May 9 - UAH 30 billion. [9].

Sources of financing of the state budget of Ukraine in the period February 24 - May 10, 2022: war bonds (the NBU) - UAH 100,000 million (USD 3,419 million), war bonds (results of weekly auctions) - UAH 69,838 million (2,382 million US dollars), International organizations - 82,128 million UAH (2,767 million US dollars), bilateral loans and grants - 73,358 million UAH (\$ 2,485.5 million) [10].

Today, responsible business buys back government securities. Military bonds are traded through primary dealers that participate in auctions held by the Ministry of Finance in the interests of their clients. The auctions is held every Tuesday, starting from March 1, eight auctions have already been held. \$2,382 million in general have been raised through the budget from the sale of military bonds since the beginning of the war [11].

Ukraine took multiple steps to provide the legal and operational framework for attracting international investors. The government is in constant talks with its "primary dealers," the 11 international and local banks that can place bids on Ukrainian debt, to widen access via instruments called global depositary notes, or GDNs.

This is dollar-denominated debt that's tied to local currency bonds—which can greatly increase access, though even GDNs are directly available only to institutional investors, and retail clients would be required to buy them through brokers or other intermediaries.

#### References:

1. "Clearstream to link Ukraine to its network on 27 May 2019. Clearstream," May 22, 2019. <https://www.clearstream.com/clearstream-en/newsroom/190522-1551240#:~:text=On%2027%20May%202019%2C%20Clearstream,securities%20eligible%20in%20its%20system.>
2. "Domestic Government Bonds in Circulation by Outstanding Nominal Volume." National Bank of Ukraine. Accessed May 14, 2022. [https://bank.gov.ua/en/markets/t-bills.](https://bank.gov.ua/en/markets/t-bills)
3. Pinar Yeşin, Beatrice Scheubel, Nathan Converse, Sara Gabriela Castellanos and Joaquin Rodrigo Cano Jauregui. "Changing Patterns of Capital Flows." CGFS (Committee of the Global Financial System) Papers No. 66, Bank for International Settlements, May 2020.
4. Kalemlı-Özcan, Sebnem. "U.S. Monetary Policy and International Risk Spillovers" Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research. 2019. [https://www.kansascityfed.org/documents/6951/Ozcan\\_JH2019.pdf](https://www.kansascityfed.org/documents/6951/Ozcan_JH2019.pdf)
5. "World Economic Outlook, April 2022: War Sets Back the Global Recovery." IMF. Accessed May 14, 2022. [https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2022/04/19/world-economic-outlook-april-2022.](https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2022/04/19/world-economic-outlook-april-2022)
6. Bjerde, Anna, and Asli Demirgüç-Kunt. "Protecting the Most Vulnerable Must Be Foremost in Addressing Economic Fallout of War in Ukraine." World Bank Blogs, April 10, 2022. [https://blogs.worldbank.org/europeandcentralasia/protecting-most-vulnerable-must-be-foremost-addressing-economic-fallout-war.](https://blogs.worldbank.org/europeandcentralasia/protecting-most-vulnerable-must-be-foremost-addressing-economic-fallout-war)
7. "CDS 5Y Ukraine." Dragon Capital. Accessed May 14, 2022. [https://dragon-capital.com/what-we-do/research/.](https://dragon-capital.com/what-we-do/research/)
8. Chen, James. "War Bonds." Investopedia. Accessed May 14, 2022. [https://www.investopedia.com/terms/w/warbonds.asp.](https://www.investopedia.com/terms/w/warbonds.asp)
9. "The National Bank Made the Fifth Purchase of Military Bonds Worth UAH 30 Billion." National Bank of Ukraine, May 10, 2022. [https://bank.gov.ua/ua/news/all/natsionalnyi-bank-zdiysniv-pyaty-vikup-viyskovih-obligatsiy-na-sumu-30-mlrd-grn.](https://bank.gov.ua/ua/news/all/natsionalnyi-bank-zdiysniv-pyaty-vikup-viyskovih-obligatsiy-na-sumu-30-mlrd-grn)
10. "Ukraine's State Budget Financing since the Beginning of the Full-Scale War." Ministry of Finance of Ukraine. [https://mof.gov.ua/en/news/ukraines\\_state\\_budget\\_financing\\_since\\_the\\_beginning\\_of\\_the\\_full-scale\\_war-3435.](https://mof.gov.ua/en/news/ukraines_state_budget_financing_since_the_beginning_of_the_full-scale_war-3435)
11. "Announcements and Auction Results." Ministry of Finance of Ukraine. Accessed May 14, 2022. [https://mof.gov.ua/uk/ogoloshennja-ta-rezultati-aukcioniiv.](https://mof.gov.ua/uk/ogoloshennja-ta-rezultati-aukcioniiv)

**Вікторія Турані**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*

## ОСОБЛИВОСТІ РИНКУ СУВЕРЕННИХ ЦІННИХ ПАПЕРІВ УКРАЇНИ ПІД ЧАС РОСІЙСЬКОГО ВТОРГНЕННЯ

**Анотація.** У роботі розглянуто особливості ринку суверенних облігацій України за останні роки, проаналізовано структуру попиту. Побудовано регресійну модель, яка дозволила виявити чутливість прибутковості українських суверенних облігацій до глобальних ризиків, що дозволило зробити висновки про ефективність процентної монетарної політики в Україні. Представлено традиційні та інноваційні джерела поповнення бюджету та заповнення фіскального розриву в умовах військової агресії Росії. Окреслено перспективи подальшої інтеграції українського ринку суверенних цінних паперів у світовий фінансовий ринок, зокрема випуск глобальних кредитних нот.

**Ключові слова:** ринок суверенних цінних паперів України, облігації внутрішньої державної позики, Clearstream, VIX, кредитні дефолтні свопи, державний бюджет, військові облігації, глобальні депозитарні ноти.

Ольга Турко

Львівський національний університет імені Івана Франка

olha.turko@lnu.edu.ua

## ЗАКОН УКРАЇНИ «ПРО СТРАХУВАННЯ» ВІД 18 ЛИСТОПАДА 2021 РОКУ №1909-IX: СФЕРА ЗАСТОСУВАННЯ ТА СТРУКТУРА

18 листопада 2021 року Верховною Радою України було ухвалено нову редакцію Закону України «Про страхування». Завдяки цьому ринку страхування отримав сучасний профільний закон, адже законодавство, яке регулює страховий ринок, не змінювалося понад 20 років. Його норми безнадійно застаріли, створюючи реальні перепони для розвитку ринку. Новий закон модернізує українське страхування та наближає його до світових зразків. Він змінює цілий спектр вимог до ліцензування страховиків, оцінки їх платоспроможності та ліквідності, корпоративного управління й управління ризиками, припинення діяльності компаній та передавання страхового портфеля тощо [1].

Закон України «Про страхування» регулює відносини у сфері страхування, визначає загальні правові засади здійснення діяльності із страхування, надання посередницьких послуг і спрямований на посилення захисту прав та законних інтересів клієнтів, у тому числі споживачів, шляхом встановлення вимог до системи управління, платоспроможності страховиків, філій страховиків-нерезидентів на території України та розкриття ними інформації, встановлює вимоги до порядку укладання, обслуговування та виконання договорів страхування та перестраховання, врегульовує питання інформаційного забезпечення договорів страхування та перестраховання і дій, що передують їх укладанню, а також державне регулювання та нагляд у сфері страхування [5].

Ставши новим регулятором небанківського фінансового ринку, Національний банк одним із своїх пріоритетів визначив оновлення застарілого законодавства, яке не відповідало ані потребам учасників ринку, ані запиту споживачів цих послуг. Новий закон змінює цілий спектр вимог до ліцензування страховиків, оцінки їх платоспроможності та ліквідності, корпоративного управління й управління ризиками, припинення діяльності компаній та передавання страхового портфеля тощо. У законі **з'явилися нові вимоги до страховиків для виходу на ринок**. По-перше, страховики повинні мати прозорі структури власності, розкрити інформацію про всіх власників істотної участі та ключових учасників компанії. Засновники та власники зобов'язані мати бездоганну ділову репутацію, а також задовільний фінансовий і майновий стан. Національний банк здійснюватиме обов'язкове погодження власників істотної участі. По-друге, під час реєстрації страхові компанії повинні будуть надавати плани діяльності на три роки. По-третє, введено вимоги до системи корпоративного управління компанією. Вони будуть пропорційними, тобто залежатимуть від значимості компанії [4].

Законом підвищується роль та значення професійної діяльності осіб, відповідальних за виконання ключових функцій. Зокрема, нова актуарна функція має бути здатна адекватно та незалежно оцінити й дати рекомендації щодо технічних резервів, процесу андеррайтингу та цінової політики страховика. Крім того, керівники страхових компаній та особи, відповідальні за ключові функції, повинні відповідати кваліфікаційним вимогам до професійної придатності та ділової репутації. Національний банк погоджуватиме їх призначення на посади. Також передбачається здійснення Національним банком оцінки колективної придатності членів наглядової ради або виконавчого органу страховика. **Встановлені нові вимоги до платоспроможності страховиків**. Страховики дотримуватимуться вимог до капіталу платоспроможності та мінімального капіталу. Водночас закон установлює два різні підходи до вимог платоспроможності – спрощений та базовий [2].

Ухвалено **гнучкі підходи до ліцензування**, новий закон дає змогу страховим компаніям отримувати всього одну ліцензію замість цілої низки на кожен окремий вид послуг. Так, Національний банк перейде від ліцензування окремих видів страхування до ліцензування за класами. Також страхова компанія зможе змінювати обсяг ліцензії – додавати нові класи або ж навпаки звужувати обсяг ліцензії. Законом виділяється п'ять класів у межах страхування життя (life) та 18 класів за напрямом non-life-страхування. **Уперше з'являться чіткі вимоги до страхових посередників**. Урегулювання цього питання є важливим передусім із точки зору захисту інтересів споживачів послуг. Так, новий закон передбачає обов'язкову реєстрацію посередників у єдиному реєстрі, встановлює вимоги до їх навчання та рівня компетентності, уникнення конфлікту інтересів, розширення переліку інформації, яка розкривається споживачеві тощо [4].

Уперше в українському законодавстві з'явиться дієвий та чіткий механізм припинення діяльності страховиків. Вихід із ринку може бути як добровільним, так і примусовим. Власне, закон чітко встановив підстави для віднесення страхової компанії до категорії неплатоспроможних та для примусового відкликання ліцензії [1]. Важливим акцентом нового закону є встановлення нових вимог до страхових посередників. Враховуючи, що страхові посередники є ключовою ланкою в комунікації між страховиком і споживачем, їхній рівень професійної придатності є визначальним для споживачів страхових послуг. Законом встановлено окремі вимоги щодо удосконалення регулювання діяльності страхових посередників, зокрема: запроваджується процедура обов'язкової реєстрації страхових посередників у єдиному Реєстрі, встановлюються вимоги до навчання та підтримки належного рівня професійних знань, контроль за бездоганною діловою репутацією, розширення переліку інформації, яку страхові посередники зобов'язані розкривати клієнтам, вводяться окремі поточні рахунки із спеціальним режимом до страхових посередників [3].

Закон враховує ключові вимоги законодавства Євросоюзу, які Україна зобов'язана виконувати відповідно до Угоди про асоціацію з ЄС, а також принципи Міжнародної асоціації органів страхового нагляду [1].

### Список використаних джерел:

1. Бурбель Л. Ю. Нова ера ринку страхування в Україні: що змінює новий профільний закон? *Interfax-Україна. Інформаційне агентство*. 2021.
2. Новий закон для ринку страхування: що зміниться для компаній та споживачів їхніх послуг? *«Дебет-Кредит»*. 2021. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://news.dtki.ua/state/other/73240>
3. Новий закон про страхування. *Фінансовий клуб*. 2021. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://finclub.net/ua/news/rada-skhvalyla-novyi-zakon-pro-strakhuvannia.html>
4. Офіційна інтернет-сторінка Національного банку України. Новий закон для ринку страхування – що зміниться для компаній та споживачів їхніх послуг. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/noviy-zakon-dlya-rinku-strahuvannya-scho-zminitsya-dlya-kompaniy-ta-spojivachiv-yihnih-poslug>
5. Про страхування: Закон України від 18.11.2021р. №1909-IX. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1909-20#Text>

**Olga Turko**

*Ivan Franko National University of Lviv*

LAW OF UKRAINE "ON INSURANCE" OF NOVEMBER 18, 2021 901909-IX: SCOPE AND STRUCTURE

On November 18, 2021, the Verkhovna Rada of Ukraine adopted a new version of the Law of Ukraine "On Insurance". Due to this, the insurance market has received a modern profile law, because the legislation governing the insurance market has not changed for over 20 years. Its rules are hopelessly outdated, creating real obstacles to market development. The new law modernizes Ukrainian insurance and brings it closer to world standards. It changes a range of requirements for licensing insurers, assessing their solvency and liquidity, corporate governance and risk management, termination of companies and the transfer of the insurance portfolio, etc.

*Keywords:* insurance, Law of Ukraine "On insurance", insurance market

Павло Устяк

Львівський національний університет імені Івана Франка  
Pavlo.Ustiak@lnu.edu.ua

## УКРАЇНСЬКІ ТРУДОВІ МІГРАНТИ У ПОЛЬЩІ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ВІТЧИЗНЯНУ ЕКОНОМІКУ

Трудова міграція – це міграція, яка супроводжується перетином людиною, або ж групою людей кордону з державою, де середній рівень оплати праці є вищим, метою якого є отримання там тимчасової роботи задля заробітку коштів задля їхнього накопичення, з метою витратити їх після повернення до свого постійного місця проживання, або ж задля переказу коштів родичам з-за кордону[1].

Трудова міграція українців з 2014-2015 років почала набирати обертів. Кожного року, після анексії Криму та початку війни на Сході України, кількість трудових мігрантів лише зростає, про це може свідчити зростаюча тенденція попиту на робочу силу з України у Польщі. Так, в 2013 році кількість заявок від польських роботодавців про намір доручити роботу українцям становила 217,5 тисяч; в 2014 році зросла до 372,9 тисяч, а до 2017 року стрімко зросла до 1,7 мільйона[2].

Збільшення кількості трудових мігрантів справді відбулось, і, за деякими оцінками станом на 2021 рік в Польщі працювали орієнтовно 1,5 мільйони українців, що є зростанням у 2-3 рази у порівнянні з 2014 роком[3]. Ускладненням даної ситуації і підвищенням актуальності теми стало повномасштабне вторгнення російських військ в Україну 24 лютого 2022 року, внаслідок якого до Польщі виїхало понад 2,9 мільйони українських біженців. Щоправда частина з них вже повернулась назад, і за деякими оцінками залишилось близько 1,3-1,4 мільйона осіб, з яких понад 900 тисяч подали заяву на отримання польського ідентифікаційного номера[4].

Неоднозначним є вплив трудової міграції на ринок праці. Вона є чинником, яка послаблює тиск на нього і як наслідок за рахунок зменшення пропозиції і збільшення попиту на працю, збільшується і заробітна плата. За оцінками експертів Інституту демографії НАНУ рівень безробіття в Україні був би в 1,6 рази вищим за теперішній, якби не було трудових мігрантів. Варто зазначити, що він і так є високим, і на кінець 2021 року становив 10,3%. Водночас, в тих регіонах, де відплив мігрантів є найбільшим вже спостерігається нестача медичних та педагогічних працівників, будівельників, водіїв тощо. Найбільша проблема, про яку також варто зазначити – це так званий «відплив умів», що означає погіршення якості працівників навіть попри те, що за роки незалежності підготовка висококваліфікованих спеціалістів в Україні не просто не скорочувалась, чи залишалась сталою, а навіть зростала.[5;6]

Однак не варто забувати про позитивні сторони трудової міграції, а саме грошові перекази, які відіграють суттєву роль для економіки України. За даними Національного банку, в Україну від наших трудових мігрантів з усього світу за 2019-2021 роки надходило 11,92; 11,98 та 14,08 млрд. дол. відповідно[7]. Це співставно з 7,7% від ВВП за 2020 рік, що за даними Світового банку становило 155,5 млрд. дол.[8]. У таблиці 1 відображено грошові перекази до України з Польщі за офіційними та неофіційними каналами.

Таблиця 1

Грошові перекази з Польщі до України за 2015 -2021 роки(складено автором за джерелом 7)

Рік	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Грошові перекази за неофіційними каналами	1329	1991	3116	3649	3558	3300	4705
Грошові перекази за офіційними каналами	55	96,6	160,1	232,7	230,4	273,6	362,3
Частка грошових переказів за неофіційними каналами, %	96	95,4	95,1	94	93,9	92,3	92,9
Частка грошових переказів за офіційними каналами, %	4	4,6	4,9	6	6,1	7,7	7,1
Разом	1384	2087,6	3276,1	3881,7	3788,4	3573,6	5067,3

За період з 2015 до 2021 року можна побачити майже постійне зростання грошових переказів, за винятком невеликих скорочень в 2019 та 2020 роках, останнє з яких викликано пандемією. Попри це вже в 2021 році, незважаючи на те, що коронавірусна хвороба ще нікуди не зникла, сумарний обсяг грошових переказів зріс на 41,8%, а загалом за даний період – у 3,66 рази. Варто зазначити, що більше українці довіряють переказам за неофіційними каналами, наприклад ввезення коштів через кордон у готівковій, чи безготівковій формі. До транзакцій через банківські системи, або ж міжнародні системи переказів коштів наші трудові мігранти звертаються рідше, хоча варто зазначити, що в аналізованому простежується динаміка до більшого використання саме офіційних каналів грошових переказів.

Українці в основному використовують зароблені за кордоном кошти передовсім на споживання. Однак вкрай рідко ці кошти йдуть на інвестування. За даними різних опитувань лише 7-8% мігрантів спрямовують зароблені за кордоном гроші задля розширення, чи відкриття свого бізнесу. Причиною цього переважно є недостатність коштів задля інвестування, високі відсотки за кредитами та несприятливий інвестиційний клімат[5].

Наші трудові мігранти не залишились осторонь і в момент вторгнення російськими військами в 2022 році. Станом на 11 квітня, за 45 днів війни лише за допомогою сервісу TransferGo до України було здійснено переказів на суму в понад 50 мільйонів євро. Тут звичайно слід зазначити, що враховуються дані зі всіх країн, а найчастіше перекази здійснювались з Польщі, Литви, Німеччини, Угорщини та Великої Британії. В порівнянні з аналогічним періодом минулого року обсяг приватних переказів за допомогою даного сервісу зріс на 18%[9].

Отже, трудова міграція приносить як позитивні так і негативні наслідки. Повністю позбутись даного процесу неможливо, і навіть непотрібно, адже це призведе до ще гірших наслідків, але варто вжити заходів для скорочення кількості емігрантів з України, заохочуючи їх залишатись працювати вдома. Українські трудові мігранти підтримують грошовими переказами нашу економіку в період війни, тому після її завершення і в період повоєнного відновлення буде доцільно розробляти програми, які б дали змогу принаймні певній частині людей повернутись додому і отримати роботу на умовах, які не будуть гіршими за закордонні.

Список використаних джерел:

1. Правові основи міжнародної економічної діяльності: [навч. посіб.] / С.В. Фомішин, І. Д. Шутак. — Київ: Кондор, 2009. — 454 с.
2. Official site of the Ministry of Family, Labour and Social Policy of the Republic of Poland. URL: <https://www.mpips.gov.pl/> (Last accessed: 14.05.2022)
3. Посол назвав число українських трудових мігрантів у Польщі. [Електронний ресурс] Режим доступу: [https://lb.ua/news/2021/07/20/489772\\_posol\\_nazvav\\_chislo\\_ukrainskih.html](https://lb.ua/news/2021/07/20/489772_posol_nazvav_chislo_ukrainskih.html)

4. Майже 3 мільйони людей виїхали з України до Польщі з початку війни [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://suspihne.media/232130-majze-3-miljoni-ludej-viihali-z-ukraini-do-polsi-z-pocatku-vijni/>
5. Негативні фактори і вплив трудової міграції на громадян України та країни в цілому [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://vysh.gov.ua/negatyvni-factory-i-vplyv-trudovoyi-migratsiyi-na-gromadyan-ukrayiny-ta-krayiny-v-tsilomu/>
6. Офіційний сайт Міністерства фінансів України [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://index.minfin.com.ua/ua/labour/unemploy/>
7. Офіційний сайт Національного Банку України [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://bank.gov.ua/>
8. Official website of The World Bank URL: <https://data.worldbank.org/indicator/Ny.Gdp.Mktp.Cd?view=map> (Last accessed: 14.05.2022)
9. Скільки коштів з-за кордону надійшло в Україну за останні 45 днів: цікава статистика . [Електронний ресурс] Режим доступу: [https://zakordon.24tv.ua/skilki-koshtiv-za-kordonu-nadiyshlo-ukrayinu-za-ostanni-45-dniv\\_n1946736](https://zakordon.24tv.ua/skilki-koshtiv-za-kordonu-nadiyshlo-ukrayinu-za-ostanni-45-dniv_n1946736)

**Pavlo Ustiak**

*Ivan Franko National University of Lviv*

#### UKRAINIAN LABOR MIGRANTS IN POLAND AND THEIR IMPACT ON THE DOMESTIC ECONOMY

*Summary.* In this article, it is emphasized on the positive and negative impact of migrant workers on the Ukrainian economy. In particular, it is mentioned about private transfers of funds from Poland to Ukraine and from other countries of the world.

*Keywords:* labor migration, labor migrants, private transfers, positive and negative impact, earned funds, unemployment



**Марина Федорук**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*  
*marinafedoruk18@gmail.com*

## **СОЦІАЛЬНА РЕКЛАМА В УКРАЇНІ**

В кожній країні, як і в кожному суспільстві існують свої соціальні проблеми. Одним з найголовніших методів вирішення таких проблем є демонстрація соціальної реклами на широку аудиторію. Ці процеси не минули й Україну. Станом на сьогодні, реклама є обов'язковою частиною ринкової економіки як один із найвпливовіших маркетингових засобів передачі інформації в суспільстві. Крім того про актуальність та важливість даної теми свідчить доволі велика кількість наукових праць як зарубіжних так і вітчизняних вчених (зокрема, С. Овчиннікова, С. Ісасва, О. Феофанова, Д. Берета, К. Еткіна, С. Моріарті, У. Уеллса, Л. Шиллера, С. Андріяшкіна, Н. Бутенко, Л. Гейдар, Г. Довбах, О. Грубіна, Н. Комарової).

Існують різні визначення соціальної реклами в науковій літературі, наприклад, С.Й. Майовець стверджує, що «соціальна реклама» - вид рекламної діяльності, спрямований на реалізацію та просування соціальних програм, підвищення рівня сприйняття суспільством соціальних ідей, або практичних дій [2]. Г. Ніколайшвілі у своїй книзі «Соціальна реклама: теорія і практика», зазначає, що соціальна реклама — це вид комунікації, орієнтований на привернення уваги до актуальних проблем суспільства і його моральних цінностей, спрямований на актуалізацію проблем суспільства [4]. Важливим трактуванням соціальної реклами є також і тлумачення, викладене в статті першого розділу Закону України «Про рекламу». Соціальною рекламою називається інформація будь-якого виду, розповсюджена в будь-якій формі, яка спрямована на досягнення суспільно-корисних цілей, популяризацію загальнолюдських цінностей і розповсюдження якої не має на меті отримання прибутку [1]. Тобто даний різновид реклами аж ніяк не має на меті отримання економічної вигоди, а інші, більш важливі суспільні інтереси, пріоритетом чого є не гроші, а досягнення загального соціального добробуту.

Коли мова йде про рекламу, у всіх з'являється асоціація із прибутком, отриманням грошей (комерцією), або ж спонуканням щось придбати за їхні ж кошти. Проте цей різновид реклами є абсолютною іншим. Адже метою соціальної реклами не спонукати людину купити товар чи послугу, а залучити широку аудиторію до певного суспільного, і, водночас, проблемного явища, аби запобігти його прояву. І тільки соціальна, а не будь-яка інша реклама висвітлює в собі ці суспільні вади чи недоліки: наприклад, високий рівень наркоманії чи проституції, низький рівень народжуваності, відсутність уваги до людей похилого віку і т.д. Тому слід сказати, що головною ціллю комерційної реклами, неодмінно, є отримання прибутку, в той час як соціальної – зміна поведінкової моделі суспільства. Але існує і той випадок коли соціальна реклама так чи інакше пов'язана з комерцією. Це той випадок коли її ж використовують комерційні структури, задля створення та підтримання свого ж іміджу.

Сьогодні в Україні діяльність в сфері соціальної реклами розвинена недостатнім чином, що пояснюється як економічними, політичними так і ментальними факторами. Однак існуюча суспільна ситуація зумовлює необхідність підвищення уваги й інтересу до соціальної реклами. Насамперед, можна охарактеризувати наступні тенденції які пов'язані із розвитком та просуванням соціальної реклами в Україні:

- відсутність єдиної вітчизняної концепції соціальної реклами (хоча на законодавчому рівні закріплені її основні засади);
- низький рівень активності суб'єктів соціальної реклами;
- дефіцит фахівців, що спеціалізуються на соціальній рекламі (в її створенні є свої нюанси і специфіка);
- нестача коштів (соціальна реклама вважається фінансово не вигідною, як наслідок - складність доступу секторів соціальної роботи до каналів розміщення соціальної реклами);
- розмитість кордонів між соціальною і політичною рекламою;
- невизначеність кола рекламодавців соціальної реклами (штатним розписом не передбачено в соціальних службах фахівця з соціальної реклами);
- незначний обсяг замовлення соціальної реклами;
- гонитва за кількістю, а не за якістю [5].

Судячи з вищесказаного, аналіз сучасних тенденцій розвитку маркетингових комунікацій показує зростання зацікавленості спеціалістів в цій сфері. Сприяє формуванню світоглядних орієнтирів та способу життя особистості.

Однак у сучасному українському медіапросторі є і позитивні моменти, тобто приклади соціальної реклами, які розроблені на професійному рівні: плакати на білбордах зі слоганом «Вони би не мовчали!», на яких розміщені купюри з портретами Івана Франка, Лесі Українки, Григорія Сковороди (ініціатором проекту виступила компанія Transparency international Україна, за підтримки Міністерства інформаційної політики України); реклама на білбордах «Збережи життя! Залишайся вдома!», які направлені на формування моделі поведінки соціуму під час карантину через поширення Covid-19 (розміщення реклами за ініціативи Міністерства охорони здоров'я України); соціальні ролики в ефірі українських телекомпаній, направлені на підтримку військовослужбовців, зокрема, зі слоганом «Повертайся живим!» (розробник компанії GoldMedia Production на замовлення компанії «1+1»), «Армія – наша гордість!» (розміщувалась на каналі «СТБ», «Новий канал», «ICTV»); білборди вздовж траси щодо безпеки на дорогах (організаторами проекту виступили компанія BigBoard Group, Міжнародна автомобільна федерація та FIA) та ін. [3];

Отже, соціальна реклама є найважливішим атрибутом сучасного суспільства, яка хоч і не так багато місця займає серед інших різновидів реклами, зокрема комерційних, проте здатна більше ніж просто проінформувати чи стимулювати.

*Список використаних джерел:*

1. Про рекламу: Закон України від 3 липня 1996 р. №271 / Верховна Рада України. URL: Про рекламу | від 03.07.1996 № 270/96-ВР (rada.gov.ua)
2. Майовець С.Й. Маркетинг: теорія та методологія: навч. посібник. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2015. С. 360
3. Мунтян І. В., Євтушок О. В., Гнатівська Д. О. Соціальна реклама в Україні: сучасні реалії та перспективи розвитку. Економіка харчової промисловості. 2020., Вип. 2. Т. 12. С. 55-56.
4. Олтаржевський Д.О. Соціальна реклама: навч. посібник. Київ: Центр вільної преси, 2016. 120 с. С. 7
5. Соціальна педагогіка: теорія і технології: навч. посібник / за заг. ред. І.Д. Звереві. Київ: Центр навчальної літератури, 2006. С. 204-214

**Maryna Fedoruk**

*Lviv National University of Ivan Franko*  
**SOCIAL ADVERTISING IN UKRAINE**

*Summary.* In the article, main features and development of social advertising in Ukraine are considered. The importance of such a social institution and the type of advertising as social advertising is presented. The basic trends in the development of social advertising in Ukraine are presented and positive developments in this area are described. The main differences of social advertising from any other, in general, from commercial advertising are highlighted.

*Keywords:* social advertising, social problems, commercial advertising, marketing communications in Ukraine, social institute.

**Анна Федюк**

*Львівський національний університет імені Івана Франка  
anya.fedyuk88@gmail.com*

## **МАЙНОВЕ СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ**

Аналізуючи вітчизняний страховий ринок, який перебуває під впливом внутрішніх і зовнішніх чинників, що зумовлюють досить важкі умови для здійснення страхової діяльності. Пандемія і «війна в Україні» досить негативно впливають на економіку країни, а тим самі на розвиток страхового ринку України.

Розглядаючи страховий ринок України загалом, можна говорити про те, що найбільшу частку в його структурі займає саме майнове страхування. Страхування майна – галузь страхування, що включає різні види страхування юридичних і фізичних осіб, де об'єктом страхування виступає майновий інтерес, пов'язаний з володінням, користуванням і розпорядженням майном [3].

Страхування майна в Україні здійснюється в добровільній і обов'язковій формах, причому майно фізичних осіб страхується в основному в добровільній формі, тоді як значна частина майна юридичних осіб – в обов'язковій. Страхування майна сьогодні належить до тих сфер бізнесу, які розвиваються досить стрімко. Зростає значення майнового страхування – одного з важливих механізмів захисту майнових інтересів підприємств і населення загалом [1].

Майнове страхування виконує дві важливі функції: з одного боку, воно звільняє бюджет від витрат на відшкодування збитків у разі настання страхових випадків, а з іншого – виступає одним із найстабільніших джерел інвестицій [1].

Аналіз чисельності страховиків в Україні за період 2018 по 2021 рік показує різке зменшення з 281 до 169 компаній, серед яких і ті, які займаються страхуванням майна.

У 2021 році валові страхові премії страховиків зросли до 38,1 млрд. грн. у порівнянні з минулими роками. У структурі валових страхових премій найбільша питома вага належить добровільному майновому страхуванню.

Валові виплати з 2018 по 2021 рік зростають і становлять 13,4 млрд. грн. Збільшення рівня валових страхових виплат може розглядатися як позитивна ознака з огляду на те, що надходження страхових платежів збільшилося порівняно з попередніми роками. У структурі валових страхових виплат найбільша питома вага належить таким видам страхування, як добровільне майнове страхування.

Значну загрозу нормальній діяльності майнового страхування в Україні становить тенденція до монополізації страхового ринку в інтересах окремих фінансово-промислових груп, міністерств, або місцевих адміністрацій [2].

Проблеми страхування майна в Україні:

- Недосконалість дії механізму захисту прав споживачів страхових послуг.
- Низький рівень страхової культури населення, недовіра населення до страхових компаній.
- Низька якість страхових послуг.
- Незначна клієнтська база страховиків.
- Значна інформаційна закритість діяльності страхових компаній; недосконалість фінансової звітності та методів оброблення даних.

- Втрата значного відсотка страхових премій під час перестрахування з іноземними страховиками [4].

Вирішити ці проблеми можна було б таким чином:

- сформулювати єдину цілеспрямовану державну стратегію розвитку страхового ринку в Україні;
- привести вітчизняне страхове законодавство відповідно до норм, правил та вимог країн ЄС;
- здійснити ефективний контроль за діяльністю страховиків з боку держави;
- провести роз'яснювальну роботу щодо переваг майнового страхування та популяризації страхового ринку серед населення [3].

Майнове страхування є ефективним та доступним засобом захисту майнових інтересів усіх господарюючих суб'єктів. Значення цього страхування зумовлене тим, що майно є обов'язковим елементом господарської діяльності юридичних осіб та життєдіяльності людей, тому забезпечення страхового захисту майна є пріоритетним у системі страхових відносин [4].

Нині майнове страхування демонструє високі показники розвитку, тому створення дієвої системи майнового страхування страхового захисту є основою забезпечення стабільності та ефективності економічних відносин, підвищення рівня життя населення та соціальної стабілізації, створення міцної системи захисту як фінансів держави, так й інтересів окремих громадян та підприємств, що є можливим лише шляхом проведення ефективної державної політики, спрямованої на регулювання страхового ринку в Україні [4].

Майнове страхування громадян є важливою складовою страхування цілому, адже воно є засобом захисту, за допомогою якого зменшується негативний вплив різних явищ у житті. Воно є своєрідною гарантією збереження цінностей людини, будь то квартира, автомобіль, чи навіть антикваріат. За відносно невелику регулярну сплату, людина може не турбуватися за своє дороге майно, адже у разі настання страхового випадку – усе, або велика частина, відшкодується.

*Список використаних джерел:*

1. Глухова В.І., Петров І.В., Гомулко Н.В. Аналіз стану страхування майна в Україні. *Інфраструктура ринку*: монографія. 2018. С. 344-347. URL: [http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/24\\_2018\\_ukr/60.pdf](http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/24_2018_ukr/60.pdf) (дата звернення 14.05.2022)
2. Романовська О.О., Мусятовська О.С. Сучасні реалії майнового страхування в Україні. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/01/202.pdf> (дата звернення 13.05.2022)
3. Романовська Ю.А., Яковенко К.А. Аналіз ринку майнового страхування в Україні. *Економіка і суспільство*: монографія. №13. 2017. С. 1207-1212. URL: [https://economyandsociety.in.ua/journals/13\\_ukr/202.pdf](https://economyandsociety.in.ua/journals/13_ukr/202.pdf) (дата звернення 12.05.2022)
4. Слободянюк О.В., Бедюк М.С. Тенденції розвитку страхування майна в Україні. *Причорноморські економічні студії*: монографія. №41. 2019. С. 170-175. URL: [http://bses.in.ua/journals/2019/41\\_2019/33.pdf](http://bses.in.ua/journals/2019/41_2019/33.pdf) (дата звернення 13.05.2022)
5. Статистика страхового ринку України. Forinsurer|Головні новини страхового ринку.2021. URL: <https://forinsurer.com/> (дата звернення 13.05.2022)

**Olha Rudik, Anna Fedyuk**

*Ivan Franko National University of Lviv  
PROPERTY INSURANCE IN UKRAINE*

In these concerned topic of property insurance as a special part of the insurance market of Ukraine. Property insurance is a branch of insurance that includes various types of insurance for legal entities and individuals, where the object of insurance is a property interest related to the possession, use and disposal of property.

**Ірина Федюра**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*  
*fedyurair@gmail.com*

## **ПРАВОВИЙ ЗАХИСТ ТА ГАРАНТУВАННЯ ВКЛАДІВ ФІЗИЧНИХ ОСІБ В УКРАЇНІ**

За визначенням Національного банку України (НБУ), депозит або вклад - це угода, де одна сторона (банк), яка приймає від другої сторони (вкладника) або для неї певні кошти (вклад), зобов'язується виплачувати вкладникові всю суму вкладу та виплатити відсотки на неї або дохід в іншій формі на умовах та в порядку, встановлених договором. Аналіз показників НБУ свідчить, що попри дестабілізацію внаслідок війни динаміка депозитів фізичних осіб має стійку тенденцію до зростання.

В Україні створена законодавча база щодо правил здійснення вкладних операцій банків України [1], а також створено Фонд гарантування вкладів фізичних осіб. Станом на 1 лютого 2022 року загальна сума вкладів фізичних осіб у банках-учасниках Фонду гарантування вкладів склала 658,3 млрд грн. Фонд гарантує відшкодування в готівковій або безготівковій формі у валюті України або в іноземній валюті, які залучені банком від вкладника (або які надійшли для вкладника) на умовах договору банківського рахунку, банківського вкладу (депозиту), включаючи нараховані відсотки на такі кошти [2].

Зараз спільним завданням Національного банку, Фонду гарантування вкладів фізичних осіб та банківської спільноти є збереження стабільності та ефективної роботи банківської системи України. 13 квітня 2022 року набрав чинності Закон України №2180-IX "Про внесення змін до деяких законів України щодо забезпечення стабільності системи гарантування вкладів фізичних осіб", яким вводиться 100%-ва гарантія за банківськими вкладами фізичних осіб та ФОП. У разі ліквідації банку держава, від імені якої діє Фонд гарантування вкладів фізичних осіб (ФГВФО), відшкодовує вкладникам кошти у межах гарантованої суми. ФГВФО відшкодовує кошти фізичних осіб та ФОП у національній та іноземній валюті, залучені банками на умовах договору банківського (карткового) рахунку чи вклади (депозиту) разом із нарахованими відсотками. Вклади в іноземній валюті відшкодовуються у гривнях за курсом НБУ.

В мирний час гарантована сума відшкодування за банківськими вкладами становила 200 000 гривень. Можливість отримати всю суму депозиту понад 200 тисяч гривень була за низкою умов, які зазначені в статті 52 Закону України "Про систему гарантування вкладів фізичних осіб". Винятки становили лише вклади в державному Ощадбанку. "Вклади фізичних осіб Державного ощадного банку України гарантуються державою", – зазначається в ЗУ "Про банки та банківську діяльність". Тобто гарантується повернення 100% вкладів.

На час дії воєнного стану та трьох місяців після, новий закон запроваджує 100% гарантію за банківськими вкладами фізичних осіб та ФОП (разом із нарахованими відсотками, якщо це був депозит). Гарантія поширюватиметься на вкладників платоспроможних банків. Тобто дія закону на вкладників банків, які вже проходять стадію ліквідації, не розповсюджуватиметься. Через три місяці після припинення чи скасування дії воєнного стану гарантована сума за вкладами становитиме 600 000 гривень [3]. 100% гарантія за депозитами фізичних осіб на період дії воєнного стану дасть упевненість українцям у збереженні їх заощаджень, адже держава гарантує кожному громадянину повернення його коштів у повному обсязі.

Запровадження 100% гарантії на банківські вклади не означає, що виникне потреба в компенсації з боку держави вкладів усіх банків. До початку війни банківська система мала значний запас фінансової міцності, демонструвала солідні показники прибутковості, капіталізації та ліквідності. Банківська система за підтримки держави спроможна протистояти поточним викликам. Запровадження 100% гарантії на банківські вклади на період дії воєнного стану – це додатковий механізм підтримання банків.

Запровадження 100% покриття вкладів гарантіями, так звана «бланкова гарантія», це – світова практика. До прикладу, цей крок був застосований під час глобальної кредитної кризи 2008 року в Ірландії, Данії, Ісландії та Німеччині, коли протягом кризового періоду (у деяких країнах – до 24 місяців) держава гарантувала повернення 100% суми депозитів фізичних осіб. Таку можливість, зокрема, передбачено Ключовими принципами Міжнародної Асоціації Страхування Депозитів (МАСД), що затверджені Базельським комітетом з банківського нагляду. Перше і основне, що дасть запровадження 100% гарантії за вкладами – це впевненість українців у збереженні їхніх заощаджень, а отже дасть змогу запобігти дестабілізації на банківському ринку.

*Список використаних джерел:*

1. Постанова Правління НБУ «Про затвердження Положення про порядок здійснення банками України вкладних (депозитних) операцій» № 516 від 03 грудня 2003р. [Електронний ресурс] // Офіційний веб портал Верховної Ради України. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1256-03#Text> (дата звернення : 03.05.2022).
2. Фонд гарантування вкладів фізичних осіб : веб-сайт. URL: <https://www.fg.gov.ua/articles/50987-pro-fond.html?show=1> (дата звернення : 01.05.2022).
3. Фінансова оборона України : веб-сайт. URL: <https://promo.bank.gov.ua/fin-defense/#section-24> (дата звернення : 04.05.2022).
4. Національний банк та Фонд гарантування вкладів фізичних осіб підтримують ініціативу Президента України щодо запровадження 100% гарантії держави на депозити населення на період дії воєнного стану?: веб-сайт. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/natsionalniy-bank-ta-fond-garantuvannya-vkladiv-fizichnih-osib-pidtrimuyut-initsiativu-prezidenta-ukrayini-schodo-zaprovaдження-100-garantiyi-derjavi-na-depoziti-naseleння> (дата звернення : 15.04.2022).

**Iryna Fediura**

*Ivan Franko National University of Lviv*

### **LEGAL PROTECTION AND GUARANTEE OF DEPOSITS OF INDIVIDUALS IN UKRAINE**

This article outlines the main aspects of legal protection of deposits of individuals. Right now, during martial law, the Deposit Guarantee Fund of individuals plays an important role in protecting the rights and interests of bank depositors. The main purpose, as well as changes in the guarantee of deposits caused by the war in Ukraine are highlighted.

*Keywords:* deposits, individuals, stock, guarantee, protection, bank

**Тетяна Форись**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*

*forystanja@gmail.com*

## **СТАГНАЦІЯ ОСВІТИ ЯК НЕГАТИВНИЙ ЧИННИК СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ**

В умовах глобалізації та швидкого розвитку світового ринку важливими є процеси інтелектуалізації та формування економіки знань, за якої рушійною силою прогресу є знання, зосереджені в людському капіталі. Важливим також є формування knowledge based society – суспільства, що орієнтується на знання та новітні технології, вирізняється високим рівнем інновацій та інтелекту. Саме тому важливим є забезпечення суспільства якісною дошкільною, середньою загальною, та особливо професійно-технічною та вищою освітою.

Важливість освіти в соціально-економічному розвитку держави підтверджується її місцем в підрахунках таких показників, як: «якість життя» (визначає Всесвітня організація охорони здоров'я) та індекс людського розвитку (визначає Організація Об'єднаних Націй), який базується на індексі освіти, показнику валового внутрішнього продукту та очікуваній середній тривалості життя. Індекс освіти, враховується при визначенні рівня економічного розвитку, який є ключовим критерієм при ранжируванні країн на розвинені, ті, що розвиваються, та найменш розвинуті.

В Україні існує демографічна криза та спостерігається тенденція до зниження популярності вищої освіти та профільної освіти. Кількість вступників у вищі навчальні заклади знижується з року в рік. Серед потенційних здобувачів професійно-технічної та вищої освіти популяризується думка про недоцільність такого типу навчання.

Проте світовий досвід показує: економічне зростання та розвиток, рівень життя населення, соціально-економічна ситуація в країні визначаються мірою освіченості суспільства і його ставленням до інтелектуальних цінностей. Державне управління багатьох країн світу особливо увагу приділяє розвитку людини як основної частини національного багатства держави [1, с.33]: міжнародні організації та уряди країн світу при розробленні стратегій і програм надають пріоритет інвестиціям у людину, її здоров'я, освіту, культуру, сім'ю, умови праці і побуту тощо.

Роль освіти і науки як фактора економічного зростання полягає у збільшенні як індивідуальної, так і суспільної продуктивності праці через опанування нових знань та здобуття вмінь і навичок. Такі вчені, як В. Петті, А. Сміт, Д. Рікардо говорили про визначну роль освіти і науки в розвитку суспільства та про важливість в даному процесі підготовки кваліфікованої робочої сили. Згідно з теорією "людського капіталу" Т. Шульца знання, навички та інші здібності людини є капіталом, а витрати на освіту, підготовку робочої сили на виробництві є вкладеннями, що формують цей капітал [2]. Прихильники цієї теорії виходили з того, що праця освіченої людини продуктивніша і веде до зростання національного багатства внаслідок інвестицій в освіту. За підрахунками західних і вітчизняних економістів, майже третина приросту валового внутрішнього продукту в розвинутих країнах світу нині забезпечується інвестиціями у сферу освіти.

Як слушно зауважили Поплавська Ж. та Поплавський В., сьогодні досягають успіху держави, які не володіють багатими природними ресурсами, проте мають добре розвинені освіту і науку, потужний людський капітал [3]. Саме пріоритетність розвитку науки і освіти, як гаранта ефективного просування в майбутнє, побудови конкурентної, соціально орієнтованої економіки - економіки знань, на сьогоднішній день визнали вже всі високорозвинуті країни світу.

На початку XXI ст. загальноновизнаною стала думка про те, що сьогодні лише через знання можна створити і розвивати економіку – конкурентоспроможну і здатну забезпечувати сучасний рівень життя населення. Тому провідні українські науковці, не відстаючи від світової наукової думки, стверджують, що знання можуть стати джерелом зростання економіки і бути основою відповідного модернізаційного проекту розвитку економіки та й суспільства в цілому в тому випадку, коли в суспільстві, а значить, і в економіці наявними є стимули, які позитивно впливають на процеси отримання (нагромадження) знань.

Зі зростанням технологічності, інтелектуалізації та цифровізації виробництва та наукової діяльності важливим є забезпечення гідного рівня освіти для підтримки та розвитку новітніх технологій. Для цього потрібно використовувати нові системи організації освіти і науки з передачі накопичених людством знань майбутнім поколінням. Їх головним завданням повинно бути зростання рівня освіти працівника, його професійної кваліфікації, готовності до постійного навчання протягом свого професійного життя. Вчасне і швидке сприйняття всього нового стає об'єктивною потребою сьогодення.

Втілення результатів освіти у процес виробництва об'єктивно зумовлює і зростання ролі освіти, оскільки працювати з більш складною технікою можуть лише підготовлені фахівці. Можна відзначити тенденції до зміни вимог до професійної освіти і зростання масштабів освіти. Потреба в отриманні додаткових знань у професійній освіті призвела до виникнення таких нових форм освітніх послуг, як наприклад, різні навчальні програми для осіб з різними освітніми рівнями з метою підвищення кваліфікації або отримання другої вищої освіти тощо. Зростання масштабів вищої освіти пов'язано також із підвищенням вимог до молоді, що планує забезпечити собі ефективну та високооплачувану зайнятість та конкурентні переваги на ринку праці.

Грунтовна вища та профільна освіта слугують підґрунтям для створення інклюзивних економічних та політичних інститутів, в основі яких є людиноцентричність та всебічний розвиток держави, її відповідне становлення на міжнародній арені. Інклюзивний розвиток економіки базується на розумінні важливості соціального розвитку держави, в тому числі й освітньо-наукового. Інклюзивні економічні інститути заохочують все більшу кількість людей до участі в економічній діяльності. Щоб бути інклюзивними, економічні інститути мають шанувати приватну власність, неупереджену систему права й надання публічних послуг для створення конкурентного середовища, у якому люди можуть здійснювати справедливий обмін і домовлятися на паритетних засадах. Має також бути гарантія вільної можливості відкривати новий бізнес і обирати свій кар'єрний шлях [4, с. 79].

Належний рівень освіти населення держави напряму пов'язаний із розвитком технологій та покращенням її технологічної бази. Таким чином, підвищуючи рівень освіченості населення, нерозвинені країни, та ті, що розвиваються, можуть швидше подолати економічну та соціальну прірву з розвиненими країнами. Як відомо, «бідні» країни від «багатих» відрізняє, у першу чергу, їх спеціалізація. Країни, у яких експорт сировини перевищує експорт готової продукції можуть розвиватись за рахунок підвищення рівня обробки своєї продукції інноваційними та високотехнологічними способами. Як показала практика та зарубіжний досвід, розвинуті країни досягли свого певного провідного положення у світових ринках завдяки виробництву та збуту високотехнологічних та наукомістких видів промислової продукції (США, Японія, Німеччина та Пд. Корея).

Якісна освіта є необхідною умовою забезпечення збалансованого соціально-економічного та демократичного розвитку держави. Вона здійснює одну із провідних ролей у розвитку демократії. Громадяни з вищим освітнім рівнем, як правило, більше об'єднуються та беруть активнішу участь у громадянському суспільстві в частині прийняття раціональних колективних рішень. Такі рухи мають помітно демократичний характер. Тому вищий освітній рівень має тенденцію заохочувати захист і зміцнення демократичних систем.

Відсутність належного рівня освіти населення загрожує державі відставанням від провідних країн світу, неможливістю впровадження нових технологій, зменшенням рівня ефективності економіки, розвитком екстрактивних політичних, економічних та управлінських інститутів, сповільненням економічного розвитку. У деяких ситуаціях це може спричинити перехід до тоталітарних режимів влади, а цього не можна допускати.

*Список використаних джерел:*

1. Квак М. В. Збалансовано-інклюзивний розвиток економіки держави / М. В. Квак // Інтелект XXI : науковий економічний журнал. №5. Одеса: ВД "Гельветика", 2021. С. 32-36.
2. Ватаманюк О. Бізнес-економіка. Навч. посіб. ЛНУ імені Івана Франка, 2018р.
3. Поплавська Ж., Поплавський В. Інтелектуальний капітал економіки знань // Вісник НАН України, 2007. № 2. С.52-62.
4. Аджемогл Д., Робінсон Дж. Чому нації занепадають. Походження влади, багатства та бідності. Київ Видавництво "Наш Формат". 2016р.

**Tetiana Forys**

*Ivan Franko National University of Lviv*

**STAGNATION OF EDUCATION AS A DESTRUCTIVE FACTOR OF SOCIALLY ORIENTED ECONOMICS**

The impact of education and social development on the state's economy is explained in the theses, and a knowledge-based economy's importance in modern society is analyzed. The information about the importance of inclusive institutions and knowledge in democracy development is included.

*Keywords:* knowledge-based economy, inclusive institutions, sustainable economic development, innovation, knowledge, education.

Альона Хашчук

Львівський національний університет імені Івана Франка  
alial235hop@gmail.com

## ОСОБЛИВОСТІ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА РИНКУ НАФТОПРОДУКТІВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Ведення війни на території країни призводить до сповільнення дії всіх економічних процесів. Так сталося і з економікою України після 24 лютого 2022 року. Особливо загострилося питання постачання продуктів нафтопереробної галузі. Зменшення рівня пропозиції в свою чергу вплинуло на механізм ціноутворення.

Насамперед розглянемо, яким чином функціонував механізм ціноутворення в нафтопереробній галузі в період січня-лютого 2022 року. Загалом, нафтопереробна галузь в Україні розвинута на досить низькому рівні, застосовується застаріле обладнання і рівень виробленої продукції покриває лише 10% попиту внутрішнього ринку. Саме тому продукти нафтопереробної галузі (бензин, дизельне паливо) переважно імпортувалися в Україну. Причиною низького рівня розвитку галузі, на мою думку, являється низька результативність державної політики в даній сфері. В травні 2021 року держава запровадила механізм «ручного» регулювання цін в нафтопереробній галузі. Суть даного запровадження полягає у встановленні граничного рівня торговельної надбавки на дизельне паливо та автомобільні бензини. Закон України «Про ціни і ціноутворення» покладає повноваження з державного регулювання цін (зокрема, шляхом встановлення граничних рівнів торговельної надбавки) на Кабінет Міністрів України. При цьому, вказаний закон передбачає, що державні регульовані ціни можуть запроваджуватися «на товари, які мають істотну соціальну значущість».

Перелік «товарів, які мають істотну соціальну значущість» сформовано Урядом ще у квітні 2020 року, на період дії карантину (постанова КМУ від 22.04.202 № 341). До таких товарів віднесено бензин марок А-92 та А-95, дизельне паливо.

Як бачимо із законодавчих положень, держава (Уряд) має право регулювати ціни на паливо, однак виключно на бензин марок А-92, А-95 та дизельне паливо (на період дії карантину).

Отже, які складові формують ціну на бензин? Розглянемо на прикладі бензину типу А-95. В Україну його імпортували частково з Білорусі, а частково – з Польщі та Литви. Основну частину роздрібною ціною складає закупівельна ціна. Станом на 20.02.2022 року закупівельна ціна бензину А-95 (ціна «до кордону») складала 15,6 грн за літр. Після закупівлі бензину у виробника АЗС включають в ціну роздрібну націнку та вартість логістичних послуг. Це становить близько 6 грн/л. Окрім цього обов'язково є сплата ПДВ у розмірі 20% (в перерахунку отримуємо 4,5 грн/л). Продукти нафтопереробної галузі є підакцизним товаром. Ставка акцизу не залежить від ціни і встановлюється фіксованою сумою у валюті. Станом на 20 лютого ставка акцизу була 6,9 грн/л. Отже, в підсумку отримуємо паливо А-95 ціною 33 грн/л. Відобразимо досліджувані дані на рис. 1.

Отже, як бачимо з рисунка, закупівельна ціна складає приблизно 47%, податки – близько 35%, логістичні витрати у різних операторів можуть складати від 2 до 6%, націнка АЗС може досягати 14% в залежності від бренду.

На початку лютого мінекономіки оприлюднило розрахунки середньої вартості дизпалива і бензину на 1 декаду лютого, із яких розраховуватиметься гранична ціна реалізації палива у мережах АЗС. Так, середня вартість 1 літра дизпалива – 28,30 грн, 1 л бензину – 30,84 грн. При цьому, розрахункові ціни для бензину підняли на 1,59 грн, для ДП – на 1,46 грн. З урахуванням максимальної націнки гранична вартість бензину становить мас не перевищувати 35,84 грн/л, дизпалива – 35,30 грн/л. Таким чином, Мінекономіки вчетверте поспіль підняло максимальну ціну від моменту прийняття закону в травні 2021 року.

Отже, ми розглянули загальний механізм ціноутворення на бензин. Проте, війна внесла сюди свої корективи. Протягом періоду 24 лютого – 16 травня 2022 року було внесено декілька змін державним регулюванням в нафтопереробній галузі. В перші дні війни ціни на паливо на АЗС різко зросли (до 45 грн/л А-95), що було викликано різким підвищенням рівня попиту та зниженням рівня пропозиції. Також зросла закупівельна вартість та вартість логістичних послуг. Задля покращення ситуації держава вирішила внести зміни у механізм ціноутворення шляхом зниження рівня ПДВ та акцизу. Отже, вже 24 лютого Кабінет Міністрів низив торговельні надбавки до середньої роздрібною ціни дизпалива і бензину. Так, замість 7 гривень на 1 літр для дизпалива (з ПДВ) встановили максимальну націнку в 5 гривень. А для бензинів максимальний рівень націнки знизили з 5 грн до 4,55 грн.

Ціна на паливо почала знижуватися з 18 березня 2022 року. Середня ціна на дизпаливо скоротилася на 5 грн (зниження ціни з 44,9 грн/л до 39,96 грн/л), а бензин став дешевше на понад 7 грн (зниження рівня середньої ціни з 43,52 грн до 35,76 грн/л). Такі зміни відбулися внаслідок ухвалення урядового законопроекту про скасування акцизу на паливо (з 0,213 €/л до 0 €/л) та зниження ставки ПДВ з 20% до 7%. Відповідно, тепер в механізмі ціноутворення на продукти нафтопереробної галузі фігурують лише 3 складові замість 4.

Проте на початку травня у зв'язку зі скороченням обсягу імпорту пального ціни знову почали підвищуватися. Це пов'язано також з підвищенням граничного рівня торговельних надбавок на дизпаливо та бензин з метою запобігання дефіциту палива на АЗС. Кабінет Міністрів прийняв рішення про підвищення даного рівня з 5 грн/л до 7 грн/л (40%) для дизпалива з урахуванням ПДВ (7%) та бензинів з 4,55 грн/л до 6,6 грн/л (42,8%) з урахуванням ПДВ. З урахуванням граничних торговельних націнок, максимальна ціна на звичайний бензин для його продажу через мережу АЗС не повинна перевищувати 37,69 грн/літр, на звичайне дизпаливо – 42,63 грн/літр. Вартість преміального бензину не обмежується, якщо на заправці продається також «звичайний» бензин (А-95, ДП). В іншому випадку преміальні марки пального можна продавати з п'ятивідсотковою надбавкою до ціни «звичайного», тобто близько 39,57 грн/л – бензин та 44,76 грн/л – дизель.

Отже, загалом динаміка є негативною і ціни зростають щодня та інколи перевищують значення допустимих граничних меж.

Отже, загалом динаміка цін на паливо в Україні в умовах війни є негативною. Істотно змінилася структура ціни та механізм ціноутворення в нафтопереробній галузі. Проте, навіть дана ситуація не є найкращим рішенням проблеми. Тому державі необхідно розробити новий підхід до утворення цін в нафтопереробній галузі.

Список використаних джерел:

1. Сайт Міністерства фінансів України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://index.minfin.com.ua/markets/fuel/2022-05/>
2. Артус М.М. Механізм ціноутворення та функціонування в умовах ринку. // Фінанси України. – 2007. - №10. – С.103-107.
3. Як змінилася ціна на паливо в умовах війни? – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://buhgalter911.com/uk/tags/tsinoutvorennia>

Alona Khashchuk

Lviv National University of Ivan Franko

FEATURES OF PRICING IN THE MARKET OF OIL PRODUCTS OF UKRAINE IN MARTIAL LAW

Anotation: the peculiarities of the pricing mechanism in the oil refining industry were considered in the work. The pricing mechanism before and during the war was analyzed. The dynamics of prices and the structure of fuel prices are considered.

Keywords: pricing, gasoline, taxes, price, fuel

Лілія-Ольга Хоміць

Львівський національний університет імені Івана Франка  
liliakhomits2001@gmail.com

## АНАЛІЗУ ЦІЛЕЙ ТАРГЕТОВАНОЇ РЕКЛАМИ НА ПЛАТФОРМІ FACEBOOK ADS MANAGER

Використання підприємствами інструментів маркетингових комунікацій завжди супроводжується значними витратами на них. Кожне підприємство шукає той комунікаційний інструмент, який з мінімальними витратами принесе йому найбільшу вигоду. Одним з популярних інструментів який використовують, як малі підприємства, так і всесвітньо відомі корпорації є таргетована реклама. Активне використання цього інструменту полягає в можливості чіткого націлення на потрібну категорію споживачів та відносно дешевизну за якість отриманих результатів. Проведення таргетованої рекламної кампанії здійснюється за допомогою спеціалізованих платформ, серед яких найбільш популярною є Facebook Ads Manager через свій зручний функціонал та велику базу користувачів в таких соціальних мережах, як: Facebook, Messenger, Instagram та WhatsApp.

Найбільшу увагу з вивчення такого інструменту маркетингових комунікацій, як таргетована реклама та проведення рекламних кампаній цим інструментом на платформі Facebook Ads Manager, приділяють такі іноземні науковці як: С. Мелвін, Н. Грей, М. Світ, А. Клевер, Н. Гроне, М. Сміт, К. Шлі та інші. Серед українських вчених дослідження таргетованої реклами не є достатньо поширеним, оскільки більшу увагу опису та дослідженню інструменту приділяють маркетингологи-практики.

Науковці І.В. Бойчук та О.М. Музика визначають поняття «таргетинг», як механізм, що дозволяє виділити і охопити рекламною кампанією цільову аудиторію з певної тематики [1, с. 446]. Під таргетованою рекламою слід розуміти інструмент маркетингових комунікацій, який здійснюється в Інтернет-середовищі за допомогою спеціалізованих платформ.

Головною відмінністю таргетованої реклами від інших засобів реклами є використання націлювання для пошуку потрібної цільової аудиторії, що дозволяє ефективно використовувати бюджет та відстежувати ефективність використання інвестицій в рекламу. Наявність 11 видів таргетованої реклами, що можна використовувати кілька одразу, є похідними від видів націлювання і дозволяють якнайкраще знайти потрібну цільову аудиторію підприємства

Здійснення таргетованої рекламної кампанії за допомогою спеціалізованої платформи Facebook Ads Manager розпочинається з встановлення цілі – дії, яку повинна зробити цільова аудиторія даної реклами коли її побачить. Вибрана ціль таргетованої рекламної кампанії впливає на: швидкість залучення аудиторії, процес оптимізації, вид цільової сторінки, основні метрики для здійснення аналізу, СРМ (вартість 1000 показів), вартість реклами загалом, дописи і формати оголошень тощо. Кожна ціль передбачає спеціальну оптимізацію алгоритмів Facebook для охоплення лише тих споживачів, які забезпечать досягнення цілі рекламної кампанії. Facebook Ads Manager рекламні цілі групує в три категорії, а це 11 видів цілей для здійснення таргетованої рекламної кампанії.

Перша категорія цілей – «Впізнаваність» – для збільшення кількості показів і створення іміджу. Цілі «Впізнаваність» допомагають привернути нових потенційних клієнтів та підтримувати комунікаційні зв'язки з наявною базою споживачів. Цілі категорії «Впізнаваність» спрямовані не на продаж, а на інформування якомога більшої кількості аудиторії. Цілями категорії «Впізнаваність» є:

1) впізнаваність бренду – призначена для показу реклами споживачам, які з більшою ймовірністю її запам'ятають. Доступна метрика «Прогнозований приріст запам'ятовування реклами (люди)», яка показує приблизну кількість людей, які пригадають рекламу через два дні після перегляду [2]. Алгоритм побудований таким чином, що цільова аудиторія побачить оголошення максимальну кількість разів, щоб дійсно запам'ятати його;

2) охоплення – дозволяє максимально збільшити кількість людей, які побачать рекламу, а також частоту показу. Використовується для збільшення впізнаваності бренду, або показу оголошення якомога більшої кількості аудиторії [3]. Рекламодавець може керувати частотою показу оголошення одній людині, а також встановити мінімальну кількість днів між показами. Доступні для відстежування метрики «Охоплення» та «Частота».

Друга категорія цілей – «Огляд». Цілі скеровані на створення зацікавленості аудиторії потенційних споживачів діяльністю підприємства, щоб ті почали шукати інформацію про нього та розглянули можливість купівлі його товарів чи послуг. Дана категорія є найбільшою, в неї входить 6 цілей, а саме:

1) трафік – спрямована викликати в потенційних споживачів бажання відвідати сайт, бо поширюється на аудиторію яка швидше за все натисне на посилання та відвідає сайт або іншу цільову сторінку підприємства;

2) залучення – призначена залучити аудиторію, яка з більшою ймовірністю буде взаємодіяти з рекламою, таким чином, підприємство отримає більше вподобань, коментарів, перепозицій і також реакції на пропозиції;

3) встановлення програми – ціль зосереджена на аудиторію, яка завантажить програму підприємства через Google Play Market або Apple App Store. За допомогою отриманих даних можна точно відстежувати та вимірювати дії, які споживачі виконують у додатку;

4) перегляд відео – ціль спрямована на залучення аудиторії, яка перегляне відеорекламу рекламодавця. З отриманих даних можна створити користувацьку аудиторію, яка переглянула певну кількість часу дану відеорекламу, та здійснити з нею комунікацію таким видом таргетованої реклами, як ретаргетинг, або створити на її основі «схожу» аудиторію (look-a-like);

5) генерація лідів – націлена на пошук людей, яким можуть бути цікаві товари або послуги підприємства та комунікувати за допомогою миттєвих форм. У миттєві форми можна ставити запитання та варіанти відповідей на них, кнопку для здійснення дзвінку потенційним споживачем на підприємство, перенаправлення для продовження персональної комунікації чат-боти у Messenger та спонукати залишити свою контактну інформацію для продовження комунікації;

6) повідомлення – показ реклами аудиторії, яка з більшою ймовірністю буде комунікувати з підприємством в Messenger, Instagram і/або WhatsApp. Також за цією ціллю можна відправляти рекламну пропозицію безпосередньо повідомленням в Messenger цільовій аудиторії.

Третя категорія цілей – «Конверсії» – спрямована на цільову аудиторію, яка зацікавлена купити товари або послуги підприємства. У даній категорії є такі цілі:

1) конверсії – ціль схожа на ціль «Трафік», оскільки використовується для перенаправлення людей на певний сайт, де споживачі можуть здійснити конверсію. Однак алгоритм Facebook для цієї цілі функціонує дещо інакше – оголошення показуються користувачам, які, швидше за все, куплять або виконають іншу бажану дію, наприклад, додати товари в кошик, завантажуть програму, зареєструються на сайті, зателефонують або залишать контактні дані;

2) продаж за каталогом – цільовій аудиторії, яка швидше за все виконає потрібну дію, показується реклама з товарами з каталогу рекламодавця. Тому необхідно мати каталог товарів, який можна створити в Facebook Commerce Manager. Дана ціль найкраще підходить для здійснення ретаргетингу, бо аудиторія бачитиме товари зі сторінок і категорій сайтів, які вона нещодавно відвідала;



3) відвідуваність точок – ціль спеціально для підприємств з офлайн представництвами. Реклама спрямована на цільову аудиторію, що знаходиться поруч з певним місцем, яку вони побачать лише один раз за день. Тому потрібно вказати точну адресу і радіус показу реклами навколо неї. Дана ціль передбачає складність у вимірі її ефективності.

Використання цілей категорії «Конверсії» неможливе без встановлення Facebook Pixel – це фрагмент коду, який встановлюється на сайті. З його допомогою можна вимірювати ефективність реклами та вивчати дії людей на сайті [4].

Таргетована реклама чітко виділяється серед інших маркетингових інструментів комунікацій своїм контролем за витратами та результатами проведення такої рекламної кампанії і технологічними можливостями для її здійснення та подальшого аналізу. Для пошуку потрібної цільової аудиторії за допомогою спеціалізованої рекламної платформи Facebook Ads Manager необхідно вибрати ціль таргетованої рекламної кампанії, яка оптимізується для її пошуку. У Facebook Ads Manager є 11 цілей, які згруповані в три категорії в залежності від спрямування реклами: іміджева, оглядова чи для отримання продажів. Кожна з цілей має свої особливості, які потрібно знати та розуміти при плануванні та проведенні маркетингових комунікацій інструментом таргетованої реклами. Їхнє різноманіття дозволяє підприємствам вибрати серед цілей самі ті, які дозволять йому як найвигідніше проводити комунікації та отримати бажані результати.

*Список використаних джерел:*

1. Бойчук І.В., Музика О.М. Інтернет в маркетингу: підручник. Київ: Центр навчальної літератури, 2010. 512 с.
2. Про ціль "Впізнаваність бренду". URL: <https://www.facebook.com/business/help/1629235777115312?id=429023050853196> (дата звернення 13.05.2022).
3. Про ціль "Охоплення". URL: [https://www.facebook.com/business/help/218841515201583?id=8160092\\_78750214](https://www.facebook.com/business/help/218841515201583?id=8160092_78750214) (дата звернення 13.05.2022).
4. Про піксель Facebook. URL: [https://www.facebook.com/business/help/742478679120153?id=120537\\_6682832142](https://www.facebook.com/business/help/742478679120153?id=120537_6682832142) (дата звернення 13.05.2022).

**Lilia-Olha Khomits**

*Ivan Franko National University of Lviv*

**ANALYSIS OF THE OBJECTIVES OF TARGETED ADVERTISING ON THE FACEBOOK ADS MANAGER PLATFORM**

One of the popular tools of marketing communications used by both small businesses and world-renowned corporations is targeted advertising. Targeted advertising is actively used because of the ability to clearly target the right category of consumers. Targeted advertising provides companies with relatively cheap and high-quality results. Targeted advertising campaigns are conducted using specialized platforms. The Facebook Ads Manager platform provides a choice of 11 targets for which audience search will be optimized.

*Keywords:* marketing communications, targeted advertising, goals of targeted advertising, Facebook Ads Manager.



**Савелій Цисарук**

*Львівський національний університет імені Івана Франка  
saveli.tsysaruk@gmail.com*

## **АВТОСТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ**

Сьогодні в Україні одним з найпоширеніших та прибуткових видів страхування залишається автострахування (КАСКО, ОСЦПВ і Зелена картка). Зокрема, у 2020 році порівняно з 2019 роком відбулося збільшення валових страхових премій на 862,7 млн. грн. (5,7%), приріст чистих страхових премій за 2020 р. відбувся на 1631,8 млн. грн., або на 11,8%, тенденція продовжилась у 2021 році. Проте, у зв'язку з воєнним станом в Україні більшість власників транспортних засобів перестали продовжувати дію полісів страхування авто, строки дії яких закінчились, що спричинило деякий спад у автострахуванні. Але в умовах війни обов'язок наявності страхового поліса не скасувався і відповідальність за відсутність автоцивілки також не відміняли. Саме для цього за рекомендацією НБУ страхові компанії спростили процедуру врегулювання страхових випадків щодо всіх типів контрагентів та видів страхування. Спрощення полягає в тому, що потерпілий для оформлення страхового випадку може використати копії необхідних документів за неможливості отримати оригінали; фото, відео, електронні документи.

Страховики не виплачують збитків, завданих майну внаслідок військових дій — обстрілів, бомбардувань, що є стандартний винятком у договорах страхування майна. Страхові угоди, які враховують подібні ризики практично зникли до початку війни через досить велику вартість і тривалий час без істотних обстрілів. Хоча введення воєнного стану і не є для компаній підставою відмовити у виплатах клієнтам, якщо автомобіль отримав пошкодження або був знищений внаслідок військових дій (машину примусово відчужували для військових потреб або її обстріляли під час бойових дій тощо), ймовірність компенсації збитків невисока.

У будь-якому випадку власнику майна страхову подію внаслідок військових дій все одно слід зафіксувати (фото, відео) та звернутися із заявою до компанії, тому що це може допомогти отримати компенсацію в майбутньому від держави. Самостійна фіксація страхового випадку відноситься і до звичайних ДТП, оскільки виклик поліції на місце події у зв'язку з воєнним станом ускладнюється. При цьому ДТП залишаються стандартним страховим випадком, згідно з яким страховик має виплачувати страхове відшкодування. Розглядається пропозиція щодо дійснення ОСЦПВ під час військових дій: можливість самостійної фіксації обставин ДТП їх учасниками по ОСЦПВ та каско, оскільки зараз страховики не завжди мають фізичну змогу відправити експертів на місце ДТП; право страховиків сплачувати за європротоколом суми, більші від чинного ліміту виплат за ним (понад 50 тис. грн.), щоб не відволікати працівників поліції на оформлення ДТП та не призводити до заторів на автошляхах.

В цей складний період важливо не допустити розбалансування системи автострахування та механізму гарантування відшкодування збитків внаслідок ДТП. Зберегти ці механізми можна завдяки своєчасному страхуванню транспортних засобів.

*Список використаних джерел:*

1. Страхування під час війни. Що зміниться у страхуванні з веденням воєнного стану? Офіційний веб портал новин "Економічна правда", Режим доступу: [<https://www.epravda.com.ua/columns/2022/04/14/685760/>].
2. Офіційне повідомлення від НБУ. Офіційний веб портал Національного банку України. Режим доступу: [<https://bank.gov.ua/ua/news/all/ofitsiyini-povidomlennya-vid-natsionalnogo-banku-onovlyuyetsya>].
3. НБУ рекомендує спростити процедуру врегулювання страхових випадків. Офіційний веб портал новин "Економічна правда", Режим доступу: [<https://www.epravda.com.ua/news/2022/02/27/682913/>].
4. Як працюватиме ринок автоцивілки під час воєнних дій? Страховикам запропонували план. Офіційний онлайн-журнал про технології страхування "Форіншурер" Режим доступу: [<https://forinsurer.com/news/22/03/03/40970>].

**Savelii Tsysaruk**

*Ivan Franko National University of Lviv*

**CAR INSURANCE IN UKRAINE UNDER MARTIAL LAW**

This article highlights the main aspects related to motor insurance in Ukraine. The main issues and ways to solve the problems of car insurance caused by the war in Ukraine are also mentioned.

*Keywords:* car insurance, insured loss, insurance policy, insurance indemnity, road traffic accident.

Мар'ян Цупріян

Львівський національний університет імені Івана Франка

tsupriyan.maryan@gmail.com

## АНАЛІЗ РИНКУ СНЕКОВОЇ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНИ

Постійна зайнятість і рухливий спосіб життя призводять до того, що у жителів великих міст часто не залишається часу для приготування їжі, тому вони змушені все частіше використовувати снекову продукцію, яка є швидким і зручним варіантом для перекусів.

Крім присутності снеків на внутрішньому ринку, компанії вдало здійснюють експорт продукції за кордон. У сегменті горіхових снеків більший обсяг поставок здійснюється на країни СНД, а так само Литву та Грузію.

Ринок снеків є досить нетрадиційним для України як з точки зору його продукції, так і проблем функціонування й розвитку. Сутнісне наповнення поняття «снек» є досить різноманітним, адже в різні часи, серед різних національностей та в різних країнах досить різні продукти мали одну і ту ж назву.

У цілому їжа, яка відноситься до снеків, на думку певної категорії споживачів, не сприяє здоровому харчуванню, її поживна цінність вкрай невелика і на теперішній час, коли тенденції здорового способу життя охоплюють усе більшу кількість споживачів, в їх раціоні місце для снеків практично відсутнє.

Першим снеком вважають цукрову вату, пізніше з'явилися автомати з поп-корном. Зараз ринок снеків охоплює: горіхи (в основному арахіс і фундук), соняшникове насіння, сухарики (із білого та житнього хліба), чіпси, сушено-в'ялені морепродукти (в основному з невеликих видів риби та кальмари). Стрімкий розвиток цього ринку призводить до того, що до звичайних видів снеків додаються нові, нетрадиційні, такі як креветки, сухофрукти (у тому числі й екзотичні), горішки в йогурті та інші.

Український ринок снекових виробів, який почав свій розвиток в кінці 1990-х років, відзначився досить швидкими темпами зростання. Спочатку динаміка зростання сегмента снеків вражала аналітиків – зростання досягало 200-300% на рік. Це пояснювалося тим, що вітчизняний ринок снеків був досить молодим і ненасиченим, представленим на початку свого розвитку здебільшого чіпсами і солоним арахісом. З часом асортимент снекової продукції досить швидко розширився, а український споживач активно почав жувати новинки, не звертаючи особливої уваги на ціну.

На початку 2000-х років темпи росту ринку дещо уповільнились і склали 25-30% у грошовому виразі та 5-10% в натуральному.

На українському ринку дуже широкий асортимент вибору снеків на різний смак, який значно відрізняється від асортименту за кордоном. Характерною рисою українського ринку снеків є незначна представленість асортименту в сегменті преміум-класу.

Серед факторів, які сприяють розвитку ринку снеків можна відзначити високі темпи урбанізації (зміна ритму життя споживачів, особливо в великих містах-мегаполісах з високим рівнем доходів, стимулює зростання попиту на снекову продукцію, яка вирішує завдання швидкого вгамування голоду). Також впливає розвинена культура споживання і високий попит на слабоалкогольну продукцію серед українців, що тягне за собою збільшення попиту на снеки. У зв'язку з цим на продажі снеків впливає сезонність на ринку пива і прохолодних напоїв – продажі снеків ростуть в літні місяці і скорочуються в зимові.

Згідно даних Держкомстату України, найбільш вагомою категорією снекової продукції в продажах (в грошовому вираженні) є сухарики та насіння з масовою часткою близько 30%, на другому місці – картопляні чіпси, й на третьому місці – все горіхи (рис. 1).

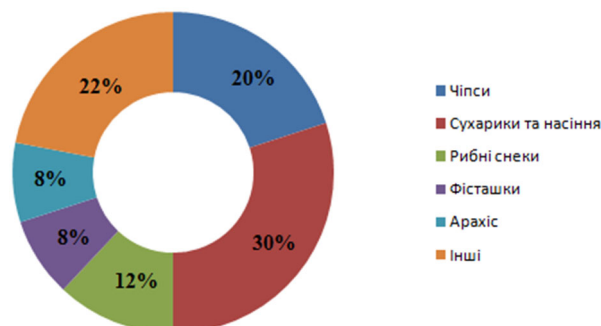


Рис. 1 Структура ринку снеків в Україні

У сегменті чіпсів найбільш популярними торговими марками є «Люкс», «Lay's». За ними слідують «Chio Chips» і «Pringles». Серед сухариків - ТМ «Флінт», «Gonzo» і «Хрус Team» (рис. 2).

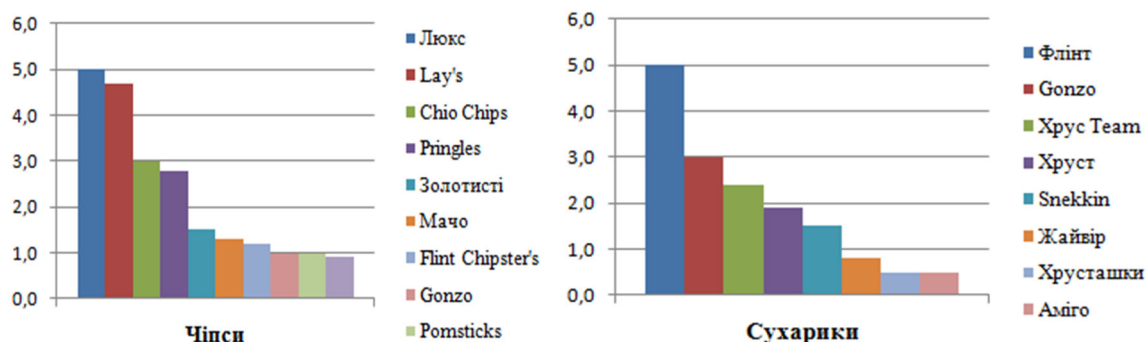


Рис. 2 Розподіл споживчих уподобань між торговими марками чіпсів в 2021 році

Смажене насіння соняшнику є традиційним снековим ласощем українців - на їх частку продажів припадає більше чверті всього снекового раціону в Україні, а сам продукт займає друге місце після картопляних чіпсів.

Товарний асортимент на внутрішньому ринку складається з продукції місцевого виробництва - імпортна продукція практично відсутня. Найбільші компанії по виробництву смаженого насіння є профільними виробниками широкого асортименту снекової групи, в тому числі горіхів, чіпсів, сухариків і т.п.

Основний асортимент горіхів, які реалізуються на території України, досить широкий і включає волоські горіхи, арахіс, бразильські горіхи, кешью, фісташки, мигдаль та ін. Попит на ринку на волоський горіх, який в найбільших обсягах вирощується в Україні, стабільно високий. Актуальна на сьогодні трансформація культури харчування в бік більш здорового і збалансованого раціону підтримує рівень попиту і стимулює розвиток ринку. Стимулюють розвиток горіхівництва в Україні також державні програми підтримки аграріїв.

Так, зокрема, в 2021 році була відновлена бюджетна програма з підтримки нових садів, яка передбачає компенсацію вартості саджанців. Площі під вирощування горіхів в Україні поступово збільшуються. Така динаміка пояснюється, перш за все, високим рівнем попиту на горіхи як за кордоном, так і на внутрішньому ринку. Найбільша частка горіхів в Україні збирається приватними фермерами. У країні вирощують понад 30 різних сортів волоських горіхів. Виробники вибирають сорти для вирощування виходячи з особливостей територіальних і погодних умов.

На експорт йде значна частка вирощуваних в Україні горіхів. Так, в 2021 році за кордон було поставлено 36,4% виробленої в країні продукції, в 2021 році – 28,4%.

Ринок горіхів в Україні має достатній потенціал для розвитку. Аграрії вдосконалюють технології вирощування, обробки і збереження горіхів, прагнучи до підвищення якості кінцевої продукції.

Споживання снекової продукції в Україні залишається на низькому рівні щодо інших країн світу. Так, українці споживають близько 0,5 кг снеків в рік, тоді як рівень споживання в Європі становить 3,6 кг, в Японії – 5 кг та в Північній Америці – близько 11 кг.

Картопляні чіпси та насіння залишаються найбільш популярними продуктами споживання та їх продажі щороку зростають. Це пов'язано з тим, що вони найменше схильні до фактору сезонності, а також з причини їх низької.

Серед каналів продажів найбільшу частку в продажах мають гіпермаркети і супермаркети – 50,2% в грошовому та 53,6% у натуральному вираженні. За ними слідує магазини традиційного формату – 28,4% в грошовому та 26% в натуральному вираженні, мінімаркети (15,1% і 14,7% відповідно) і кіоски/павільйони (6,3% і 5,7% відповідно). Найбільш помітне зростання продажів снеків відзначається в гіпермаркетах і супермаркетах: 17,3% в натуральному і 36,8% в грошовому вираженні. Мінімаркети також показують високе зростання продажів – 10,3% і 31,2% в натуральному і грошовому вираженні відповідно.

На сьогоднішній день в структурі ринку снеків представлено досить велику кількість категорій продуктів. Вітчизняні та зарубіжні виробники зацікавлені в постійному збільшенні продажів своєї продукції. А оскільки число конкурентів збільшується то за рахунок розширення асортиментної лінійки, нестандартних підходів до просування своєї продукції та іншим маркетинговим заходам посилюється конкуренція між вже існуючими виробниками. Таким чином виробникам необхідно постійно досліджувати даний ринок і мати повне уявлення про поточний стан та перспективи його розвитку в Україні.

*Список використаних джерел:*

1. Аналіз ринку снеків в Україні: стан ринку і прогноз на 2018-2019 рік. URL.: <https://koloro.ua/ua/blog/issledovaniya/analiz-gynkusnekiv-v-ukraiiini-stan-rynky-i-prognoz-na-2018-2019-rik.html> ; [Дата звернення: 2022].
2. Виробництво снеків. Актуальність бізнесу в Україні. URL.: <https://agriteka.com/176-virobnictvo-snekv-v-ukrayin.html> ; [Дата звернення: 2022].
3. Ринок снеків в Україні: ситуація і тенденції. URL.: <https://www.nielsen.com/ua/uk/insights/article/2018/market-of-snacks-in-ukraine/> ; [Дата звернення: 2022].

**Maryan Tsupriyan**

*Ivan Franko National University of Lviv*

ANALYSIS OF THE SNAKE MARKET OF UKRAINE

This article shows the dynamics of development of Ukrainian snack market in the past few years, examined reasons for the change in sales of snack products, focusing on the experts' forecasts regarding future changes in conditions in this market.

*Keywords:* market snack products, market situation, the marketing mix.

**Маргарита Чепіга**

*Львівський Національний Університет імені Івана Франка*  
*margo.chip123@gmail.com*

## **ПРОБЛЕМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПРИРОДНИХ МОНОПОЛІЙ В УКРАЇНІ**

В будь-якій економіці, розвиненій чи тій, що розвивається, існують галузі, в яких структура витрат підштовхує на думку, що ефективність виробництва (досягаються найменші витрати і, відповідно, найменші споживчі ціни) була би значно вища, якби усі потреби споживачів задовольняло лише одне підприємство. Мова йде про специфічну ринкову структуру, а саме природну монополію. Відповідно до статті 1 Закону України «Про природні монополії», дане поняття означає «стан товарного ринку, при якому задоволення попиту на цьому ринку є більш ефективним за умови відсутності конкуренції внаслідок технологічних особливостей виробництва (у зв'язку з істотним зменшенням витрат виробництва на одиницю товару в міру збільшення обсягів виробництва), а товари та послуги, що виробляються суб'єктами природних монополій, не можуть бути замінені у споживанні іншими товарами та послугами, у зв'язку з чим попит на цьому товарному ринку менше залежить від зміни цін на ці товари та послуги, ніж попит на інші товари та послуги».

Сучасний етап розвитку економіки України визначає нагальну потребу покращення регулювання природних монополій, оскільки їх неефективне функціонування призвело до значної втрати коштів, які могли надійти до державного бюджету. Натомість, аналіз фінансового аспекту природних монополій вказує на те, що впроваджені реформи та політика як державних регуляторів, так і самих природних монополій працює в бік збільшення платежів до бюджету, а отже з кожним роком відбувається збагачення держави.

У державах з ринковою економікою, до яких з 1 грудня 2005 року відноситься й Україна, підприємства-природні монополії перебувають під пильним контролем держави та спеціальних регулюючих агенцій і піддаються системним заходам державного регулювання на предмет забезпечення якості й ринкової ціни їх товарів та послуг. Станом на 18 квітня 2022 року, згідно з зведеним переліком Антимонопольного комітету, в Україні нараховується 3786 природних монополій. Вітчизняне регулювання діяльності суб'єктів природної монополії спирається передусім на законодавство, а саме здійснюється Конституцією України, Повітряним кодексом України, Кодексом торговельного мореплавства України, Господарським кодексом України, Законами України «Про природні монополії» та іншими нормативно-правовими актами. Контроль за дотриманням природними монополіями усіх вимог держави здійснює Антимонопольний комітет України.

Діяльність, яка може регулюватися Законом України «Про природні монополії» стосується таких сфер, як:

- транспортування нафти і нафтопродуктів трубопроводами;
- транспортування природного і нафтового газу трубопроводами;
- розподіл природного і нафтового газу трубопроводами зберігання природного газу в обсягах, що перевищують рівень, який встановлюється умовами та правилами здійснення підприємницької діяльності із зберігання природного газу (ліцензійними умовами);

- транспортування природного газу в обсягах, що перевищують встановлений рівень;
- транспортування інших речовин трубопровідним транспортом;
- передача електричної енергії;
- розподіл електричної енергії (передача електричної енергії місцевими (локальними) електромережами;
- користування залізничними коліями, диспетчерськими службами, вокзалами та іншими об'єктами інфраструктури, що забезпечують рух залізничного транспорту загального користування управління повітряним рухом;
- централізоване водопостачання, централізоване водовідведення
- транспортування теплової енергії;

спеціалізовані послуги у річкових, морських портах, морських рибних портах та аеропортах.

В Україні сформована дієва система нормативно-правового регулювання діяльності суб'єктів природних монополій, однак, на думку значної кількості експертів, вона потребує реформування, особливо у контексті приватизації державних монополій.

Недосконалість існуючого механізму регулювання діяльності суб'єктів природних монополій в Україні, яка спричинена цілою низкою недоліків, призводить до гальмування їхнього науково-технічного розвитку, а їхнє монополіне становище і ті вигоди, що з нього випливають, послаблюють стимули до постійного вдосконалення виробничого процесу. Саме тому всі суб'єкти природних монополій, що діють на ринках України, мають, як правило, незадовільний технологічний стан і значні втрати продукції, що покриваються за рахунок споживачів.

Також варто зауважити, що на ефективність державного регулювання природних монополій впливає рівень системності даного регулювання, який в Україні все ще залишається вкрай низьким.

Ще однією проблемою є ціноутворення підприємств природних монополій. Аналізуючи статистичні показники, можна прослідкувати тенденцію до зростання цін та тарифів на їхню продукцію, а також посилення негативного впливу даного процесу на рівень витрат підприємств, що є споживачами природних монополій. Ситуація погіршується відсутністю міжгалузевих балансів цін, аналізу та прогнозів конкретного впливу зростання цін у сферах природної монополії на інші галузі та економіку країни загалом.

Разом з тим, на ефективність регулювання підприємств-монополістів впливає стан економічної і політичної кон'юнктури в країні, який є нестабільним вже довгий період часу.

До слабких функціонування природних монополій, крім вищеперелічених, можна віднести такі:

- відсутність єдиної методологічної бази щодо порядку встановлення та регулювання тарифів;
- непрозорість формування тарифів, що суттєво ускладнює їх регулювання; неефективність існуючого способу регулювання через обмеженість верхньої межі ціни на соціально прийнятному рівні;
- відсутність обґрунтованих методів розрахунку вартості капіталу та норми прибутковості, що забезпечує самокупність діяльності та можливість самофінансування підприємств;
- надмірний вплив політичної складової на встановлення тарифів.

Світовий досвід державного регулювання природних монополій має більш ніж вікову історію та свідчить про те, що в більшості розвинених країн держава здійснює жорстке, натомість, успішне регулювання діяльності підприємств-монополістів. Так, у країнах з ринковою економікою регульованими залишаються такі галузі природних монополій як залізничний, авіаційний та інші види транспорту, низка паливно-енергетичних виробництв, а саме газопостачання та виробництво електроенергії, надання багатьох видів комунальних послуг.

Отже, ефективне та результативне державне регулювання природних монополій є одним з ключових факторів забезпечення соціальної та економічної безпеки України шляхом створення сприятливого середовища для росту соціально-економічного рівня через оптимальне функціонування галузей з природними монополіями.

*Список використаних джерел:*

1. Проблеми регулювання діяльності державних природних монополій в Україні./ Гнилякевич, І. З. (І. Hnyliakevych) (2009)/ Наукові записки. Серія "Економіка" (Вип.11). pp. 232-240.
2. Проблеми функціонування підприємств — природних монополістів у сучасних умовах розвитку економіки [Електронний ресурс] / А. А. Сахно. – 2009. – Режим доступу до ресурсу: [http://www.economy.in.ua/pdf/5\\_2009/16.pdf](http://www.economy.in.ua/pdf/5_2009/16.pdf).
3. Регулювання природних монополій: теорія, механізм реалізації та сучасні тенденції [Електронний ресурс] / В. Лішук, М. Лішук, А. Московчук. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://echas.vnu.edu.ua/index.php/echas/article/view/103/92>.
4. Яковенко, Р. В. Цінова політика природних монополій як джерело економічної небезпеки в Україні / Р. В. Яковенко, Д. В. Яковенко // Оподаткування та економічна безпека держави в епоху діджиталізації: збірник матеріалів науково-практичного круглого столу, 23 лютого 2018 р., м. Ірпінь. – Ірпінь : Університет ДФС України, 2018. – С. 229–232.
5. Основні моделі реформування залізничного транспорту в Європі [Електронний ресурс] / Ю. С. Бараш, Т. Ю. Чаркіна – Режим доступу до ресурсу: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovni-modeli-reformuvannya-zaliznichnogo-transportu-v-evropi/viewer>
6. Міністерство енергетики та вугільної промисловості України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [http://mpe.kmu.gov.ua/minugol/control/uk/publish/archive?cat\\_id=245540927&page=8](http://mpe.kmu.gov.ua/minugol/control/uk/publish/archive?cat_id=245540927&page=8).
7. Зарубіжний та вітчизняний досвід формування стратегії розвитку залізничного транспорту в контексті реформування Укрзалізниці [Електронний ресурс] / О. Г. Дейнека, Ю. С. Бондарев – Режим доступу до ресурсу: <https://cyberleninka.ru/article/n/zarubizhnyi-ta-vitchiznyaniy-dosvid-formuvannya-strategiyi-rozvitku-zaliznichnogo-transportu-v-konteksti-reformuvannya-ukrзалізниць/viewer>.
8. Державне регулювання монополізму в трансформаційній економіці України : авто- реф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.03 / О. М. Зелінська / Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. – Л., 2009. – 20 с.
9. Державне регулювання монополізованих ринків України / А. О. Кирилук // Бізнес Інформ.– 2014. – No11. – С. 30–35. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf\\_2014\\_11\\_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2014_11_6).
10. Challenges of liberalization for natural monopolies: Ukrainian railways/ Nykyforuk, O./ University Economic Bulletin, (38), 2018, 23-33. – Режим доступу до ресурсу: <https://doi.org/10.31470/2306-546X-2018-38-23-33>.
11. Improving Ukraine's Energy Security: the Role of Energy Efficiency/ N. Kholod, M. Evans, A. Denysenko, V. Roshchanka/. U.S. Department of Energy, 2018. – Режим доступу до ресурсу: [https://www.pnnl.gov/main/publications/external/technical\\_reports/PNNL-27447.pdf](https://www.pnnl.gov/main/publications/external/technical_reports/PNNL-27447.pdf).
12. The market takes shape: The Ukrainian gas sector to 2030[Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.oxfordenergy.org/wpcms/wp-content/uploads/2020/11/Insight-77-The-market-takes-shape-the-Ukrainian-gas-sector-to-2030.pdf>
13. Ukrainian Market of Electrical Energy: Reforming, Financing, Innovative Investment, Efficiency Analysis, and Audit./ Kostyrko, R.; Kosova, T.; Kostyrko, L.; Zaitseva, L.; Melnychenko, O.// Energies2021,14,5080. – Режим доступу до ресурсу: <https://doi.org/10.3390/en14165080>.

**Marharyta Shepiha**

*Ivan Franko National University of Lviv*

**PROBLEMS OF STATE REGULATION OF NATURAL MONOPOLIES**

*Annotation.* In the research work, the author considers the importance and necessity of improving the regulation of natural monopolies. A detailed analysis of various types of markets in Ukraine indicates the existence of an imperfect system of their regulation and the fundamental causes of inefficient economic activity. Weaknesses in the state regulation of the domestic market of natural monopolies for its development and improvement are identified, as well as prospects for the functioning of already reformed industries are highlighted. The result of the work is several relevant recommendations for improving state regulation and reforming natural monopolies based on international experience, in particular, improving the legal basis for the development of the system of state regulation of natural monopolies; achieving equal opportunities for all consumers to services provided by natural monopolies; establishing effective communication with the public and the media; determining, based on the current conditions of development of Ukraine and EU norms and rules, new conceptual foundations of the organization.

*Keywords:* natural monopoly, regulation, competition, efficiency

**Ксенія Черненко**

*Полтавський державний аграрний університет  
kseniya.chernenk@pdaa.edu.ua*

## **ЛІКАРНЯНИ І ДЕКРЕТНІ: ВИПЛАТИ ПРАЦІВНИКАМ В УМОВАХ ВІЙНИ**

Листок непрацездатності, лікарняний листок - документ, що підтверджує тимчасову непрацездатність громадянина і є підставою для призначення та виплати йому допомоги по тимчасовій непрацездатності.

Лікарняні листки видають лікарі лікарняних і санаторних установ системи Міністерства охорони здоров'я України [1].

Відпустка у зв'язку з вагітністю та пологами, «декретна відпустка» - відпустка, яку надають громадянкам на певний період часу до і після народження дитини. Згідно з Законом України про відпустки (ст. 17), надається тривалістю 70 календарних днів до пологів і 56 календарних після. У разі народження двох і більше дітей післяпологова відпустка подовжується до 70 днів.

У більшості країн Західної Європи відпустка доступна тільки для жінок, які пропрацювали на поточного роботодавця не менше встановленого періоду часу, щоб компенсувати для роботодавців [2].

Фонд соціального страхування України є гарантом виплат, допомог та медико-соціальної підтримки для мільйонів українських працівників, вагітних жінок, потерпілих на виробництві та їх родин. Тому попри умови воєнного стану фахівці Фонду продовжують роботу для безперервного здійснення усіх виплат.

Фонд соціального страхування України утворюється згідно з новою редакцією Закону України «Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування», прийнятою у зв'язку з реформою соціального страхування та легалізації фонду оплати праці.

Фонд соціального страхування України є некомерційною самоврядною організацією, що діє на підставі статуту, який затверджується його правлінням.

Управління Фондом соціального страхування України здійснюється на паритетній основі державою, представниками застрахованих осіб і роботодавців. Безпосереднє управління Фондом здійснюють його правління та виконавча дирекція.

Кошти Фонду соціального страхування України, в основному, формуються за рахунок страхових внесків страхувальників та застрахованих осіб.

Кошти Фонду використовуються на:

1. виплату матеріального забезпечення, страхових виплат та надання соціальних послуг, фінансування заходів з профілактики страхових випадків;
2. фінансування витрат на утримання та забезпечення діяльності Фонду, розвиток та функціонування інформаційно-аналітичних систем Фонду;
3. формування резерву коштів Фонду [3].

Міністр соціальної політики України повідомив, що під час воєнного стану ті працівники, чії роботодавці не змогли опрацювати лікарняний та подати за ним заяву-розрахунок, можуть звернутись до Фонду соціального страхування України і отримати безпосередньо від нього виплату «лікарняних» або допомоги по вагітності та пологах.

*Список використаних джерел:*

1. Вікіпедія. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%BE%D0%BA\\_%D0%BD%D0%B5%D0%BF%D1%80%D0%B0%D1%86%D0%B5%D0%B7%D0%B4%D0%B0%D1%82%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%BE%D0%BA_%D0%BD%D0%B5%D0%BF%D1%80%D0%B0%D1%86%D0%B5%D0%B7%D0%B4%D0%B0%D1%82%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96) (дата звернення 16.05.2022 р.).
2. Вікіпедія. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D1%96%D0%B4%D0%BF%D1%83%D1%81%D1%82%D0%BA%D0%B0\\_%D1%83\\_%D0%B7%D0%B2%27%D1%8F%D0%B7%D0%BA%D1%83\\_%D0%B7\\_%D0%B2%D0%B0%D0%B3%D1%96%D1%82%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8E\\_%D1%82%D0%B0\\_%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B0%D0%BC%D0%B8](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D1%96%D0%B4%D0%BF%D1%83%D1%81%D1%82%D0%BA%D0%B0_%D1%83_%D0%B7%D0%B2%27%D1%8F%D0%B7%D0%BA%D1%83_%D0%B7_%D0%B2%D0%B0%D0%B3%D1%96%D1%82%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8E_%D1%82%D0%B0_%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B0%D0%BC%D0%B8) (дата звернення 16.05.2022 р.).
3. Фонд соціального страхування. URL: <http://www.fssu.gov.ua/fse/control/main/uk/publish/article/980991;jsessionid=3182D3CACEAC4BD4E312930373BDB622> (дата звернення 16.05.2022 р.).

**Kseniia Chernenko**

*Poltava State Agrarian University*

## **HOSPITAL AND MATERNITY: PAYMENTS TO WORKERS IN WARTIME**

The Social Insurance Fund of Ukraine is a guarantor of benefits, benefits and medical and social support for millions of Ukrainian workers, pregnant women, industrial victims and their families. Therefore, despite the conditions of martial law, the Fund's specialists continue to work for the continuous implementation of all payments.

*Keywords:* hospital, maternity leave, payments, Social Insurance Fund of Ukraine

**Анастасія Чорна**

*Львівський національний університет імені Івана Франка  
0980723941@ukr.net*

## **ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ВИТРАТ НА ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ ПРАЦІВНИКІВ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ**

Цифровізація повинна принципово торкнутися всіх сфер життя України як світової сучасної держави: освіти, медицині, економіки, виробництва. На сьогоднішній день спостерігається необхідність у підвищенні якості підготовки фахових та компетентних працівників для пришвидшення модернізації економіки країни відповідно до сучасних реалій. Для інноваційної діяльності необхідні фахівці відповідного рівня професіоналізму, як нові випускники, так і діючі практики, що володіють унікально новими знаннями цифровізації.

Саме під час пандемії і карантинних обмежень спричинених COVID-19 працівники різних професій, які працевлаштовані в суб'єктів підприємницької діяльності опинилися в умовах необхідності швидкої адаптації до роботи в онлайн-середовищі в контексті співпраці і взаємодії з покупцями, постачальниками та іншими стейкхолдерами з використанням сучасних цифрових технологій та переходити на електронний документообіг. Таке прискорення процесів цифровізації вплинуло і на державу загалом, але, насамперед, виявило проблематичність переходу до нової цифрової реальності, адже велика кількість працівників не володіла цифровою грамотністю.

Сучасний стан розвитку цифрової економіки викликає необхідність залучення працівників до єдиного глобального цифрового простору.

На сьогоднішній день спостерігається дефіцит працівників, які мають відповідну кваліфікацію для роботи у цифровому середовищі, адже ця робота потребує ґрунтовних знань та навичок. Досвід державного регулювання процесів цифровізації в країнах ЄС, Великобританії та США побудований на формуванні у основної частини населення базових знань та навичок STEM (Science-Technology-Engineering- Mathematics), що перекладається к (Наука- Технології-Інженерія- Математика) [1]. Отже, найбільш дієвим кроком розвитку цифрових технологій та ринку в умовах глобалізаційних процесів є зростання рівня цифрової грамотності населення для користування відповідними пристроями, механізмами і програмами.

На рівні держави затверджено Розпорядження Кабінету міністрів України від 3 березня 2021 р. № 167-р «Про схвалення Концепції розвитку цифрових компетентностей та затвердження плану заходів з її реалізації» у зв'язку з «необхідністю забезпечення готовності суспільства до таких процесів, опанування ним ключових комбінацій знань, умінь, навичок, способів мислення, поглядів, інших особистих якостей у сфері інформаційно-комунікаційних та цифрових технологій запроваджено цифрову компетентність, яка є динамічною комбінацією знань, умінь, навичок, способів мислення, поглядів, інших особистих якостей у сфері інформаційно-комунікаційних та цифрових технологій, що визначає здатність особи успішно соціалізуватися, провадити професійну та/або подальшу навчальну діяльність із використанням таких технологій» [2].

Вітчизняні підприємства мають право підвищувати кваліфікацію своїх працівників. Згідно норм Закону «Про професійний розвиток працівників» від 12 січня 2012 р. № 4312-VI передбачено, що професійне навчання працівників – це процес цілеспрямованого формування у працівників спеціальних знань, розвиток необхідних навичок та вмінь, що дають змогу підвищувати продуктивність праці, максимально якісно виконувати функціональні обов'язки, освоювати нові види професійної діяльності, що включає первинну професійну підготовку, перепідготовку і підвищення кваліфікації працівників відповідно до потреб виробництва. Організація професійного навчання працівників здійснюється роботодавцями з урахуванням потреб власної господарської або іншої діяльності відповідно до вимог законодавства і може здійснюватися безпосередньо у роботодавця та на договірній основі у професійно-технічних та вищих навчальних закладах, на підприємствах, в установах або організаціях [3].

Додаткові гарантії працівникам під час навчання з відривом від виробництва передбачено ст 122 Кодексу Законів про працю України, яка встановлює при направленні працівників для підвищення кваліфікації з відривом від виробництва за ними зберігається місце роботи (посада) і провадяться виплати [4].

Постановою КМУ від 28 червня 1997 р. № 695 «Про гарантії і компенсації для працівників, які направляються для підвищення кваліфікації, підготовки, перепідготовки, навчання інших професій з відривом від виробництва» встановлено для працівників, які направляються для підвищення кваліфікації, підготовки, перепідготовки і навчання інших професій з відривом від виробництва, такі мінімальні державні гарантії: збереження середньої заробітної плати за основним місцем роботи за час навчання, оплату вартості проїзду працівника до місця навчання і назад, виплата добових за кожний день перебування в дорозі у розмірі, встановленому законодавством для службових відряджень. Також передбачено добові та навіть гуртожитки для проживання. Усі ці елементи включаються до витрат роботодавця [5].

Відповідно, підприємства можуть оплачувати за власним бажанням і включати до загальногосподарських витрат витрати на підготовку, перепідготовку та підвищення кваліфікації працівників робітничих професій без обмежень щодо обов'язковості для виконання певних умов ведення господарської діяльності та без наявності договору про наступне відпрацювання. Аналогічно можна підвищувати кваліфікації інших працівників і включати такі витрати до адміністративних витрат або витрат на збут в залежності від сфери праці найманого працівника, якого відправляють на підвищення кваліфікації. На нашу думку з метою уникнення проблем щодо правомірності формування таких витрат і, відповідно, зменшення прибутку до оподаткування, підприємству доцільно оформити документи і здійснити обґрунтування здійснення таких витрат у зв'язку саме з потребами господарської діяльності платника податку на прибуток.

Отже, на нашу думку, підприємства можуть відправляти працівників на підвищення цифрової грамотності без відриву та з відривом від виробництва і включати оплачені суми до витрат підприємства. Також підприємство може здійснювати навчання власними силами за умови наявності працівників відповідної фахової комплектності.

*Список використаних джерел:*

- 1.Штець Т. Ф. Світовий досвід впровадження механізмів державного регулювання розвитку сектора цифрової економіки. Вчені записки університету "КРОК". Серія : Економіка. 2019. Вип. 1. С. 84-89. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vzuk\\_2019\\_1\\_12](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vzuk_2019_1_12)
- 2.Про схвалення Концепції розвитку цифрових компетентностей та затвердження плану заходів з її реалізації: Розпорядження Кабінету міністрів України від 3 березня 2021 р. N 167-р URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/167-2021-%D1%80#Text>
- 3.Про професійний розвиток працівників» від 12 січня 2012 року № 4312-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4312-17#Text>
- 4.Кодекс Законів про працю України, прийнятий Законом УРСР від 10.12.71 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08#Text>
- 5.Про гарантії і компенсації для працівників, які направляються для підвищення кваліфікації, підготовки, перепідготовки, навчання інших професій з відривом від виробництва: Постанова КМУ від 28 червня 1997 р. 695 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-97-%D0%BF>

**Anastasia Chorna**

*Ivan Franko University of Lviv*

ORGANIZATION OF ACCOUNTING OF COSTS FOR PROFESSIONAL DEVELOPMENT OF EMPLOYEES IN THE  
DIGITALIZATION OF THE ECONOMY

Problems of professional development of workers taking into account requirements of digitalization of economy of Ukraine are investigated in theses. The need to increase the digital literacy of employees has been proved. The issue of accounting for the costs of professional development of employees is revealed.

*Keywords:* digital economy, digital literacy, employee training, costs



**Олена Чорна**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*

*Olena.Chorna@lnu.edu.ua*

## **ОБЛІК ЯК ОСНОВА БЮДЖЕТНОГО ПРОЦЕСУ СУБ'ЄКТУ БІЗНЕСУ**

Впровадження системи бюджетування на підприємстві створює принципово нові вимоги до змісту інформації та методів її надання, що передбачає правильно організований облік на синтетичному та аналітичному рівнях. Облік як основа бюджетного процесу має стати ефективним інструментом забезпечення досягнення стратегічних цілей діяльності підприємства на основі оптимального виконання бюджетів, усунення причин відхилень, виявлення резервів не використаних можливостей та запобігання негативному впливу ризиків.

Бюджетування мало значний розвиток і поширилося в різних установах при плануванні операцій і генерації прогнозованих планів щодо доходів і витрат. Зусилля з реалізації певних заходів щодо прогнозування власної витратної частини процесів свідчать про бажання запустити певні аналітичні системи, оцінки, які могли б оптимізувати діяльність.

Водночас слід зазначити, що бракує комплексних досліджень проблем бухгалтерського обліку разом з процесом бюджетування в системі управління підприємством. Зокрема, невирішеними залишаються такі проблеми: науково-теоретичне обґрунтування місця управлінського обліку та бюджетування в системі управління підприємством; розробка бухгалтерського забезпечення управління виробничими витратами підприємств в частині бюджетування; створення інформаційної бази управління підприємством в умовах автоматизації бюджетування; організація обліку та звітності центрами відповідальності в системі бюджетування витрат підприємств; використання організаційно-методичних інструментів контролю та моделювання в процесі бюджетування.

Бажано провести процес бюджетування фірм, використовуючи один з варіантів управлінських концепцій:

1. Від стратегічних планів до операційних планів. У цьому випадку слід використовувати корпоративні принципи єдності мети. Цілі власників бізнесу, як правило, базуються на психологічних міркуваннях і не пов'язані з поточною організаційною основою. Якщо підприємство проходить реструктуризацію бізнесу (вихід на нові ринки), операційні плани повинні бути використані для реалізації такого наміру. З цією метою встановлюється взаємозв'язок кожного напрямку використання фінансових ресурсів з джерелами фінансування.

2. Від поточних бюджетів до розробки стратегічних планів. Стратегія створюється «проти можливого» шляхом прогнозування розвитку існуючого бізнесу, з його екстраполяцією, розрахованою на майбутнє і повноцінним використанням існуючих можливостей: проводиться економічний аналіз, фінансовий аналіз (ліквідність, рентабельність тощо), оцінюються перспективи розвитку виробництва, моделювання перспектив зростання.

Система бюджетування – це система планування бюджетних показників на основі поставлених цілей і завдань компанії. З метою досягнення ефективності управління господарською діяльністю в процесі діяльності та після закінчення звітного періоду, за даними бухгалтерського обліку, визначаються відхилення, аналізуються їх причини та приймаються відповідні управлінські рішення.

Так, організація інтегрованої системи бюджетування на підприємстві забезпечується взаємовідносинами системи бюджетування та обліку на основі відокремлення єдиних об'єктів обліку та бюджетування, синтезу завдань бюджетування та управлінського обліку, а також розвитку інформаційного забезпечення бюджетування на основі даних про фактичне виконання бюджетів, накопичених через систему реєстрів внутрішнього (управлінського) обліку.

На етапі планування діяльності створюються різні види бюджетів на основі наборів цілей та з урахуванням загальної стратегії Забезпечення потреб споживачів у якісній продукції та розробці нових продуктів, що сприятиме підвищенню ефективності діяльності підприємств галузі в умовах невизначеного економічного середовища та фінансово-економічної кризи, можливе на основі створення інтегрованих взаємовідносин між системою бюджетування та такими елементами управління, як планування, облік, контроль та аналіз.

Створення системи якісного та своєчасного інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень керівниками різних рівнів управління здійснюється сьогодні шляхом встановлення чітких зв'язків між системою управлінського обліку та системою бюджетування. Управлінський облік виконання бюджету дозволяє перевірку якісних та кількісних показників у діяльності структурних та окремих підрозділів підприємства за звітні періоди.

Створення чітких взаємозв'язків між системою бюджетування та внутрішнім (управлінським) обліком дозволяє генерувати інформацію з урахуванням потреб керівників різних рівнів управління для прийняття ними ефективних рішень.

Ефективність процесу комп'ютеризації процесу бюджетування залежить від правильного підбору програмного продукту та визначення чітких критеріїв його відбору. Програмне забезпечення для комп'ютеризації бюджету має дозволити вам імпортувати фактичні дані з ваших облікових систем, мати можливість відстежувати обмеження за пунктами, нормами та ключовими цілями виконання бюджету.

Необхідність автоматизації управлінського обліку обумовлена потребами точної систематизації інформації, оперативного реагування на зміни умов зовнішнього середовища, а також проведення комплексного аналізу результатів діяльності підприємства у звітному та попередньому періодах. Отже, підприємствам доцільно створити єдину інтегровану систему управління підприємством, яка включає комп'ютеризовану підсистему бюджетування та управлінського обліку.

*Список використаних джерел:*

1. Кривобок В. Ю. Визначення категорії «витрати». *Бізнес Інформ*. 2017. Вип. № 9. С. 11–13.
2. Матюшина Ю. І. Ретроспектива і сучасність поняття «витрати» як об'єкта управлінського обліку. *Економіка і регіон. Науковий вісник*. Полтава: Полт. НТУ, 2011. № 4. С. 203–208
3. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.99 No 996 -XIV зі змінами та доповненнями від 30.09.2015, підстава 675-19. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua>.
4. Budgeting development under conditions of digital economy/Bradul, A., Shepeliuk, V., Bandura, Z., Kril, Y., Moskal, N. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 2020, 24(3), pp. 1-9

**Olena Chorna**

*Ivan Franko National University of Lviv*

### **ACCOUNTING AS THE BASIS OF THE BUDGET PROCESS OF THE BUSINESS ENTITY**

The introduction of a budgeting system at the enterprise creates fundamentally new requirements for the content of information and methods of its provision, which provides properly organized accounting at the synthetic and analytical levels. Accounting as a basis of the budget process should be an effective tool for ensuring the achievement of strategic goals of the enterprise on the basis of optimal implementation of budgets, elimination of causes of deviations, identification of reserves of unused opportunities and preventing the negative impact of risks.

*Keywords:* budget, budgeting, management, accounting.

**Ольга Чучман**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*  
*Olha.Chuchman@lnu.edu.ua*

## **ВИЗНАЧЕННЯ І КЛАСИФІКАЦІЯ ЗАПАСІВ, ЇХ ОЦІНКА ЗГІДНО МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ**

В життєдіяльності підприємства особливу і навіть вагому роль відіграють запаси. Вони є важливою частиною при формуванні структури витрат підприємства, тому контроль за їх рухом та раціональне, ефективне управління призводить до зменшення витрат на їх утримання і підвищення ефективності підприємства в цілому. Розуміння економічної сутності запасів є важливим для їх правильної класифікації на підприємстві та формування достовірної інформації. Результатом цього є правильне ведення бухгалтерського обліку запасів, забезпечення достовірності фінансової звітності.

Проаналізувавши трактування поняття «запаси» різних економістів, можна сказати, що відмінності у їх поглядах свідчать про те, що розкриття суті будь-якої економічної категорії залежить від вибраного підходу до її визнання. Найбільш ґрунтовне визначення сутності терміну «запаси» в Україні наведено в П(С)БО 9 «Запаси». Це визначення відповідає визначенню запасів, зазначеному у МСБО 2 «Запаси», але в останньому з невеликим доповненням. Згідно з МСБО 2 «Запаси» запаси – це активи, які утримуються для продажу у звичайному ході бізнесу; перебувають у процесі виробництва для такого продажу або існують у формі основних чи допоміжних матеріалів для споживання у виробничому процесі або при наданні послуг [3].

Процесу прийняття раціональних управлінських рішень на підприємстві сприяє грамотна класифікація запасів. Також від правильної класифікації запасів залежить достовірне визначення первісної вартості запасів, визначення методів їх оцінки, відображення на рахунках операцій з руху запасів; забезпечує правильність ведення синтетичного та аналітичного обліку, а також розкриття інформації про запаси в Примітках до фінансової звітності.

Найбільш поширеною є класифікація запасів відповідно до їх економічної суті. Ця класифікація наведена у Плані рахунків обліку активів, капіталу, зобов'язань та господарських операцій підприємств і організацій. Запаси підприємства відображаються у другому класі та містять дев'ять рахунків: 20 «Виробничі запаси», 21 «Поточні біологічні активи», 22 «Малоцінні та швидкозношувані предмети», 23 «Виробництво», 24 «Брак у виробництві», 25 «Напівфабрикати», 26 «Готова продукція», 27 «Продукція сільськогосподарського виробництва», 28 «Товари». Зокрема деякі рахунки поділяються на субрахунки з метою їх деталізації для потреб обліку [1].

За міжнародними стандартами запаси поділяють на товари, виробничі запаси, матеріали, незавершене виробництво та готову продукцію. Варто зазначити, що П(С)БО 9 «Запаси» містить докладніший перелік активів, що визнаються запасами. До запасів підприємства можна віднести сировину, матеріали, комплектуючі вироби, купівельні напівфабрикати, тару і тарні матеріали, паливо, незавершене виробництво, готову продукцію та товари, малоцінні та швидкозношувані предмети, а також поточні біологічні активи.

Також в економічній літературі досить часто використовується класифікація запасів за такими ознаками: за призначенням і причиною утворення (постійні і сезонні), за місцем знаходження (складські, у виробництві, в дорозі), за рівнем наявності на підприємстві (нормативні, понаднормові), по відношенню до балансу (балансові та позабалансові), за ступенем ліквідності (ліквідні та неліквідні), за походженням (первинні, вторинні) та за обсягом [4].

Важливою передумовою обліку виробничих запасів є їх оцінка, яка безпосередньо впливає на визначення собівартості продукції. П(С)БО 9 «Запаси» передбачає, що запаси відображаються в бухгалтерському обліку і звітності за найменшою з двох оцінок: первісною вартістю або чистою вартістю реалізації. Натомість за МСБО 2 «Запаси» запаси оцінюються за найменшою із вартостей: собівартістю або можливою чистою ціною реалізації. До методів оцінки вибуття запасів згідно з МСБО 2 відносять метод стандартних витрат або метод роздрібних цін. Національні стандарти дають ширше розкриття інформації про списання запасів, виділяючи такі методи їх списання: ідентифікованої собівартості відповідної одиниці запасів, середньозваженої собівартості, собівартості перших за часом надходження запасів (ФІФО), нормативних затрат, ціни продажу [2].

Отже, правильна класифікація та оцінка запасів підприємства є необхідною складовою для ведення їх обліку і відображення у звітності. Можна зробити висновок, що загалом обсяг інформації про запаси, що розкривається, згідно з МСБО 2 «Запаси» є ширшим порівняно з П(С)БО 9. Міжнародні стандарти мають суттєві переваги перед П(С)БО для більшості підприємств та користувачів їхньої фінансової звітності.

*Список використаних джерел:*

1. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій: затв. наказом Міністерства фінансів України № 291 від 30.11.1999 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99>.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси»: затв. наказом Міністерства фінансів України № 246 від 20.10.1999 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99#Text>. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 2 (МСБО 2). Запаси. 2. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929\\_021#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_021#Text).
3. Бухгалтерський фінансовий облік: підручник для студентів спец. «Облік і аудит» вищих навчальних закладів. Житомир: ПП «Рута», 2009. С. 912.

**Olha Chuchman**

*Ivan Franko National University of Lviv*

### **RECOGNITION AND CLASSIFICATION OF INVENTORIES, THEIR EVALUATION ACCORDING TO INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARDS**

The theses consider procedure for generating information and reflecting the operations of accounting for inventories of the enterprise in accordance with national accounting standards and international accounting standards (IAS 2 Inventories). A comparison of national and international standards.

*Keywords:* inventories, production inventories, final product, classification of inventories, chart of accounts, inventory evaluation.

**Володимир Шапіро**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*

## **РОЗВИТОК БАНКІВСЬКОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ФОРМУВАННЯ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

1. Стрімкий розвиток цифрових технологій був каталізатором структурних перетворень у фінансовій сфері на початку ХХІ століття. Разом з стрімким зростанням кількості смартфонів почалося стрімке зростання фінансових послуг, які надаються через інтернет. Почала формуватися цифрова економіка. Почали виникати нові фінансові продукти. Банки почали впроваджувати цифрові елементи у своїх структурах, аби відповідати свіжим запитам клієнтів.

2. Розвиток банківського бізнесу в умовах формування цифрової економіки повинен бути тісно пов'язаний з впровадженням у банківську систему елементів сучасних технологій. Оскільки банки знаходяться під відчутним впливом системи регулювання та нагляду, впровадження інноваційних технік у банківській діяльності може бути справді проблематичним.

3. В цілому, впровадження інноваційних продуктів та застосування сучасних технологій у банківській сфері є правильним та позитивним рішенням банківського менеджменту. Це рішення несе в собі частину ризику, проте в цілому консолідована позиція банків що до використання сучасних технологій у банківській сфері в перспективі веде до збільшення ринку, створення нових споживчих цінностей для споживачів. Окрім того, банки стають більш конкурентоспроможними, що в цілому веде до розвитку банківського сектору країни.

4. Перехід від традиційних до інноваційних моделей розвитку банків передбачає створення та практичну реалізацію інноваційних стратегій розвитку банку. Кожен створює свою унікальну стратегію інноваційного розвитку опираючись на аналіз ринку, власну ресурсну базу та інтелектуальний потенціал. Окрім того, аналізується та враховується вплив нових фінансових продуктів на стан та структуру балансу банку. Результати аналізу дають змогу своєчасно впровадити той чи інший інноваційний банківський продукт з мінімізацією ризиків для банку.

5. На основі цього варто виділити базові кроки для розвитку цифрового банкінгу. А саме:

- Підвищувати рівень інвестицій у розвиток інноваційних банківських технологій.
- Забезпечити належний рівень безпеки при користуванні цифровими продуктами банків через мережу інтернет.
- Впровадити навчання для персоналу банку аби збільшити їх рівень володіння цифровими інструментами.

6. Також варто зазначити, що з розвитком цифрових технологій дедалі більшої популярності набувають FinTech компанії, фактично – це особливі цифрові екосистеми, які мають тождіжні з банками функції та продукти, проте пропонують більш привабливі умови для клієнтів за рахунок відсутності великої кількості фізичних представництв, вони впроваджують у своїх застосунках нові технологічні рішення та платіжні інструменти.

7. Як висновок варто сказати те, що класична модель розвитку банківського бізнесу вичерпує себе, з стрімким розвитком технологій банкам потрібно створювати чимало принципово нових продуктів, та забезпечувати вигідні умови за наявними банківськими продуктами аби втримати клієнтів. Окрім того, в умовах постійного зростання конкуренції потрібно зважати не лише на сталих гравців на ринку, а ще й брати до уваги розвиток нових фінтех стартапів, які у найближчій перспективі лише будуть збільшувати свою присутність на ринку.

### *Список використаних джерел:*

1. Коваленко В. РОЗВИТОК FINTECH: ЗАГРОЗИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ БАНКІВ УКРАЇНИ [Електронний ресурс] / В. Коваленко // Приазовський економічний вісник – Режим доступу до ресурсу: [http://pev.kpu.zp.ua/journals/2018/4\\_09\\_uk/4\\_09\\_2018.pdf#page=127](http://pev.kpu.zp.ua/journals/2018/4_09_uk/4_09_2018.pdf#page=127)
2. Цибульська Н. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ [Електронний ресурс] / Н. Цибульська – Режим доступу до ресурсу: [http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/33326/1/8\\_Conference\\_FinBiz\\_abstracts\\_BSB.pdf#page=105](http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/33326/1/8_Conference_FinBiz_abstracts_BSB.pdf#page=105).
3. Ткаченко Ю. СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ОСНОВА ІННОВАЦІЙНОЇ МОДЕЛІ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОГО БІЗНЕСУ [Електронний ресурс] / Ю. Ткаченко, Л. Зверук – Режим доступу до ресурсу: <http://econflaw.nlu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/08/2-26-41.pdf>.
4. Шмігельська З. Банківські інновації: суть, необхідність і розвиток [Електронний ресурс] / З. Шмігельська – Режим доступу до ресурсу: [http://www.irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbu/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1&Image\\_file\\_name=PDF/Vnbu\\_2014\\_2\\_11.pdf](http://www.irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbu/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Vnbu_2014_2_11.pdf).
5. Крухмаль О. РОЗВИТОК БАНКІВСЬКОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ [Електронний ресурс] / О. Крухмаль – Режим доступу до ресурсу: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11\\_2020/100.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2020/100.pdf).

**Каріна Швець**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*

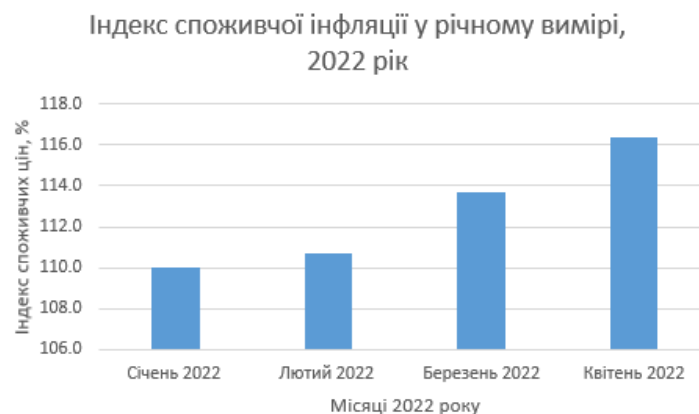
*Karina.Shvets@lnu.ua*

## **МОНЕТАРНА ПОЛІТИКА НБУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ**

Початок повномасштабної війни РФ проти України, введення воєнного стану, знищення інфраструктури у більшості регіонів України, вимушена міграція українців у зв'язку із війною, втрата незліченної кількості домівок українців, окупація Донецької, Луганської та Херсонської областей – безумовно ці фактори у разі ускладнюють проведення ефективної монетарної політики, а у певних аспектах – навіть унеможливають виконання певних завдань грошово-кредитної політики НБУ.

Незважаючи на поточні обставини, Рада Національного банку України все-таки ухвалила Основні засади грошово-кредитної політики на період воєнного стану [1], які передбачають виконання наступних завдань:—зниження споживчої інфляції, підтримка належного рівня ліквідності банківської системи; надання підтримки державного бюджету шляхом купівлі цінних паперів Уряду України; сприяння залученню необхідного зовнішнього фінансування від міжнародних організацій та країн-партнерів.

На тлі розгортання повномасштабної російсько-української війни у квітні 2022 року споживча інфляція в річному вимірі прискорилося до 16,4% (із 13,7% у лютому) [4]. Зростання споживчих цін, насамперед, було пов'язане з порушенням ланцюгів постачання та виробничих процесів, нерівномірним попитом, збільшенням витрат бізнесу, а також фізичним знищенням активів багатьох підприємств через повномасштабний напад Росії на Україну. Насамперед, стрімко подорожчали продукти харчування, фармацевтичні товари та пальне.



**Рис. 1. Індекс споживчих цін у річному вимірі, 2022 рік [4]**

За оцінками Національного банку, інфляційний тиск зберігатиметься й надалі насамперед через наслідки повномасштабної війни. За підсумками 2022 року інфляція може перевищити позначку 20%, але залишатиметься контрольованою [2].

Водночас зростання цін стримується та стримуватиметься заходами Національного банку та Уряду України. Серед них:

- тимчасова фіксація обмінного курсу гривні, яка стримуватиме ймовірне погіршення очікувань та подорожчання імпортованих товарів (НБУ зафіксував курс на рівні офіційного курсу станом на 24.02.2022, тобто 29,25 грн за долар);
- зниження податків, у тому числі непрямого оподаткування імпорту (зокрема, було прийнято Закон №2120-IX "Про внесення змін до Податкового кодексу та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану" [4]);

НБУ вдалося утримати стабільність банківського сектора, банки мають запас високоліквідних активів для забезпечення усіх безготівкових розрахунків і розрахунків за депозитами населення навіть у нинішніх складних умовах [3].

Крім цього, додатковою «подушкою безпеки» для банків є запроваджене НБУ бланкове рефінансування терміном до 1 року. Зокрема, із початком воєнних дій станом на 3 березня 2022 року бланковим рефінансуванням скористались 29 банків.

На додачу, водночас з метою подальшого підтримання належного рівня ліквідності в банківській системі Правління Національного банку ухвалило такі рішення:

- припинити проведення тендерів із розміщення депозитних сертифікатів строком на 14 днів;
- надалі здійснювати тендери з надання рефінансування банкам, у тому числі бланкового, в межах постанови Правління НБУ від 24 лютого 2022 року №22 "Про особливості підтримання ліквідності банків у період дії воєнного стану" [6]. Тендери оголошуватимуться залежно від розвитку ситуації (зараз вони відбуваються щоденно);
- скасувати лютневе рішення щодо збільшення нормативів обов'язкового резервування (з 10 лютого було збільшено норматив формування банками обов'язкових резервів в іноземній валюті з 10% до 12%).

Загалом, НБУ усіляко підтримує належний рівень ліквідності банківської системи в умовах війни та майбутньої невизначеності.

Для фінансування витратків в умовах воєнного стану 1 березня Міністерством фінансів України було розміщено «військові» ОВДП. З метою підтримки державного бюджету Нацбанк станом на 21 квітня викупив «військові» облігації на суму 60 мільярдів гривень [7]. У такий спосіб, НБУ не лише підтримує та підтримує бюджет, а й мінімізує ризики розбалансування інфляційних очікувань, порушення макрофінансової стабільності та забезпечує належну відсіч повномасштабній агресії РФ проти України.

Безперечно, міжнародні організації та країни-партнери вже взяли зобов'язання із виділенням значних обсягів фінансування на зміцнення обороноздатності, підтримання економіки України та гуманітарні питання. За оцінками Національного банку, сумарно міжнародна фінансова, технічна та гуманітарна підтримка сягне понад 15 млрд дол. США в еквіваленті, з них більше 5 млрд дол. – безпосередньо до бюджету [3]. Зокрема, ЄС виділив 1,2 млрд євро макрофінансової допомоги Україні. Про підтримку оголосила значна кількість країн демократичного світу. Фінансова підтримка міжнародних партнерів України є та буде вагомим джерелом валютних надходжень в Україну, що забезпечить стабільність валютного ринку України.

Отож, задля проведення монетарної політики Нацбанк сьогодні використовує низку заходів, зокрема: фіксація обмінного курсу гривні, запровадження бланкового рефінансування та інше. Безперечно, проведення монетарної політики в умовах воєнного стану значно ускладнюється, але завдяки чіткій постановці завдань, впровадженню адекватних заходів монетарного регулювання, НБУ забезпечує відносну стабільність у фінансовому секторі.

*Список використаних джерел:*

1. Основні засади грошово-кредитної політики НБУ на період воєнного стану [Електронний ресурс] : рішення Ради Національного банку України від 15 квітня 2022 р. – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/rada-natsionalnogo-banku-ukrayini-uhvalila-osnovni-zasadi-groshovo-kreditnoyi-politiki-na-period-voennogo-stanu>
2. Коментар Національного банку про поточний стан та перспективи економіки України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/komentar-natsionalnogo-banku-pro-potochniy-stand-perspektivi-ekonomiki-ukrayini>
3. Стан фінансового сектору України та заходи НБУ з підтримки його безперебійного функціонування в умовах воєнного стану. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/stan-finansovogo-sektoru-ukrayini-ta-zahodi-nbu-z-pidtrimki-yogo-bezperebiynogo-funktsionuvannya-v-umovah-voennogo-stanu>
4. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
5. Закон України "Про внесення змін до Податкового кодексу та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану" від 15 березня 2022 року №2120-IX [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2120-20>
6. Постанова Правління НБУ "Про особливості підтримання ліквідності банків у період дії воєнного стану" від 24 лютого 2022 року №22 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0022500-22#Text>
7. Офіційний сайт Міністерства фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.mof.gov.ua/>

**Karina Shvets**

*Ivan Franko National University of Lviv*

**MONETARY POLICY OF NATIONAL BANK OF UKRAINE UNDER CONDITIONS OF MARTIAL LAW**

*Annotation.* This paper highlights the functioning of National Bank of Ukraine in the sphere of the monetary policy. The main assignments of the monetary policy of National Bank of Ukraine include reduction of consumer inflation, maintaining an appropriate level of liquidity of the banking system, providing support of the state budget through the purchase of bonds. Apart from this, the efficiency of the monetary policy under conditions of full-scale war against Ukraine and martial law was analysed in this paper.-

*Keywords:* monetary policy, National Bank of Ukraine, full-scale war, martial law, consumer inflation, exchange rate.

**Христина Щирба**  
Львівський національний університет імені Івана Франка  
schyrbakhr@gmail.com

## ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ШЛЯХИ ЇХ РОЗВ'ЯЗАННЯ

Зважаючи на значні темпи розвитку сучасного середовища функціонування суб'єктів господарювання, необхідним є постійний моніторинг для виявлення проблем, що допоможе їх вирішенню у майбутньому. Протягом довгого часу в галузі сільського господарства перед підприємствами залишаються актуальними питання про висококонкурентність, впливу природних факторів на результативність підприємств, значно нижчий рівень продуктивності праці у сільському господарстві. Але зважаючи на події, які відбуваються у сьогоднішній день потрібно виокремити проблему виробництва та торгівлі сільськогосподарської продукції в рамках пандемії Covid-19 та воєнних дій на території України. Зважаючи на це, дослідження проблемних аспектів розвитку сільськогосподарських підприємств є досить актуальним.

Сектор сільського господарства є вагомим галуззю для забезпечення продовольчої безпеки нашої країни, створення робочих місць та продукує значні надходження в бюджет. У 2021 році частка сільського господарства у ВВП України була найвищою серед усіх секторів економіки і становила понад 10%. Також позицію лідера сільське господарство займало серед загального експорту України – 41 % експорту агропромислової продукції.

Незважаючи на високі показники усередині держави, на міжнародному рівні Україна відстає від розвинених країн. Зважаючи на вищезазначені проблеми необхідно запропонувати систематизацію проблем розвитку сільськогосподарських підприємств (Рис.1.).

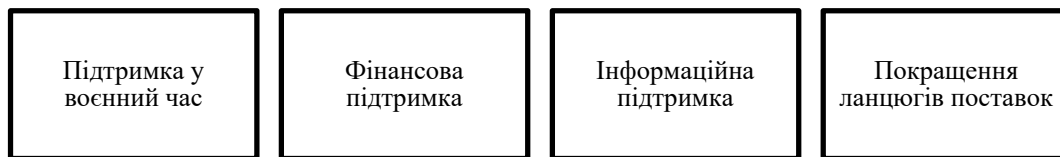


Рис. 1. Систематизація основних проблем розвитку сільськогосподарських підприємств

Відповідно до Рис.1., основним у вирішенні проблем є фінансова підтримка виробників галузей сільського господарства. Державою за період останніх років вона частково вирішена шляхом надання пільгових умов кредитування, дотацій в окремих видах виробництва, різних допоміжних програм для молодих підприємців. Але зважаючи на зростання витрат на виробництво продукції, що насамперед пов'язано з підвищенням цін на матеріально-технічні ресурси можна дійти висновку, що ця проблема має все ще значний вплив на розвиток підприємств сільськогосподарської продукції. Тому, для її вирішення можна запропонувати виділення коштів зі сторони держави на забезпечення усіма ресурсами, що допоможе також у інформаційній підтримці. Адже при отриманні коштів на дослідження вигідних ринків збуту, підприємства зможуть приймати ефективні управлінські рішення і тим самим покращувати свої фінансові результати.

Економіка України загалом залежна від попиту на експортну продукцію, який за умов світової кризи падає. Це призводить до недоотримання необхідного обсягу іноземної валюти, скорочення робочих місць, а отже, цілковитого зниження рівня економіки [1]. За умов подальшого поширення COVID-19 в Україні та вторгнення Російської Федерації, спостерігається збільшення обсягів будівництва, скорочення автодорожніх ремонтів тощо. На мою думку, ці події внесли зміни у кожен галузь економіки. Виробники сільськогосподарської продукції також можуть зазнати збитків, враховуючи сильну залежність сектору від імпортного обладнання та засобів захисту рослин. Нестабільні ринкові умови спричинили певний негативний вплив на ланцюги постачання у сфері експорту сільськогосподарської продукції.

Виконавчий директор Всесвітньої продовольчої програми Девід Бізлі на засіданні Ради безпеки ООН зазначив, що війна в Україні може призвести до наймасштабнішої продовольчої кризи з часів Другої світової війни. Усі ці побоювання зумовлені тим, що:

1) Деякі райони і області тимчасово окуповані, морські порти, дороги, склади та зернохосвища заблоковані, що призводить до значних проблем з логістикою та сировиною;

2) Поля і дороги заміновані або всіяні нерозірваними снарядами;

3) Зруйновані та пошкоджені господарства разом з технікою;

4) Нестача оборотних коштів та захмарні ціни на добрива [2].

Тому необхідно зазначити заходи для пом'якшення наслідків даних подій (Рис.2.).

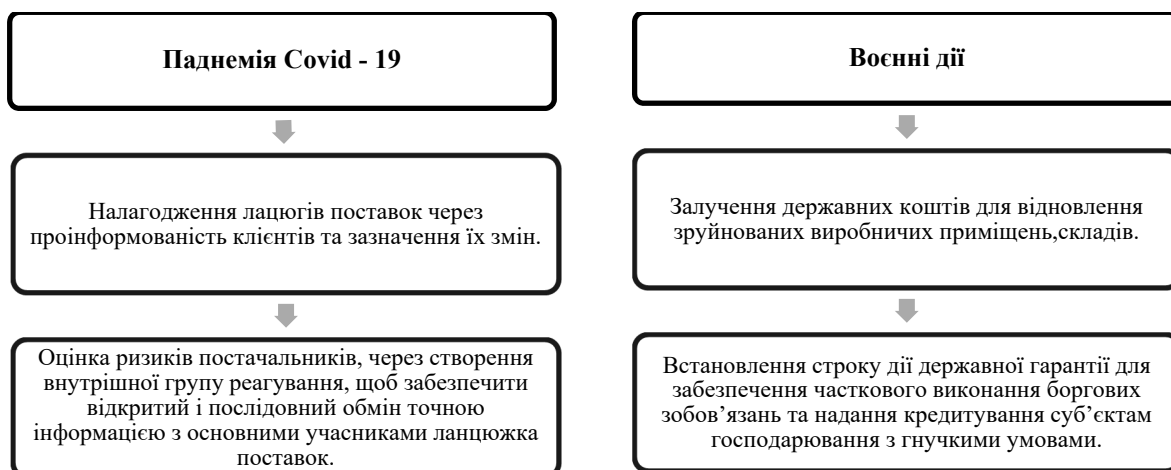


Рис.2. - Заходи для пом'якшення наслідків пандемії Covid-19 та воєнних дій на території України.

Підсумовуючи, хочу зазначити, що сільське господарство України знаходиться на стадії розвитку та має значні перспективи в майбутньому. Але для цього потрібно вирішити вищезазначені питання. Тому хочу запропонувати наступні дії:

- 1) Підтримка інноваційно-інвестиційної діяльності шляхом залучення коштів як і вітчизняних, так і іноземних інвесторів для.
- 2) Для збільшення попиту впроваджувати новітні технології виробництва.
- 3) Зменшення податкового навантаження на підприємців – початківців, а з їхнього боку стимулювання зростання експорту продукції та залучення більшої кількості працівників, кошти яких в подальшому будуть наповнювати український бюджет.

*Список використаних джерел:*

1. Микитюк В.М., Паламарчук Т.М., Русак О.П. Аналіз і перспективи розвитку агробізнесу: регіональний аспект. Наукові горизонти. 2019. № 3 (76). С. 30–37.
2. Едуард Кузовкін «Аграрні відносини під час війни: як держава допомагає аграріям з регіонів, що постраждали від воєнних дій» // Юридична газета. – м.Київ. : ТОВ «Юридична газета», рік 2022. С.1-2

**Khrystyna Schyrba**

*Ivan Franko National University of L'viv*

#### PROBLEMS OF FUNCTIONING OF AGRICULTURAL ENTERPRISES AND WAYS OF THEIR SOLUTION

Given the significant pace of development of the modern business environment, it is necessary to constantly monitor to identify problems that will help solve them in the future. For a long time in the field of agriculture before the enterprises remain relevant issues of high competitiveness, the impact of natural factors on the productivity of enterprises, much lower levels of productivity in agriculture

Олег Югач

Львівський національний Університет імені Івана Франка  
olegugach@gmail.com

## РЕФОРМА МІЖБЮДЖЕТНИХ ВІДНОСИН В УМОВАХ ПОЛІТИКИ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ ТА ОЦІНКА ВПЛИВУ ВІЙСЬКОВОЇ АГРЕСІЇ НА ЇХНІЙ СТАН

На розвиток соціально-економічних процесів, що відбуваються в Україні, значною мірою впливають міжбюджетні відносини, основне завдання яких полягає в досягненні узгодження інтересів між державою, регіонами та територіями, а також в розподілі між ними фінансових ресурсів та відповідних обов'язків.

Так можна відзначити такі зміни що відбулися у обсягах надходжень до зведеного, державного і місцевих бюджетів. Збільшення надходжень до зведеного бюджету в 2020 році з попередніми 2017-2019 р.р. відповідно на 364,4; 195,7 та 88,8 млрд грн. Надходження до зведеного бюджету в відсотках до ВВП у 2020 році склали 33,08 %. Також збільшились надходження до державного бюджету відповідно на 282,6; 147,9 та 77,7 млрд грн. Збільшились надходження до місцевих бюджетів у 2020 р. в порівнянні з 2017 р. на 81,8 млрд грн, з 2018р. на 47,8 млрд грн та з 2019р. на 11,1 млрд грн.

Реформа децентралізації дала поштовх до формування дієздатного та найбільш наближеного до громадянина інституту влади – місцевого самоврядування. Ефективне місцеве самоврядування та забезпечення ним поступального соціально-економічного розвитку відповідних територій має супроводжуватися збільшенням ресурсної та фінансової бази. Децентралізовані повноваження мають бути забезпечені відповідним ресурсом для якісного виконання.

Також окрім власних і закріплених на постійній основі податкових надходжень, а також загальнодержавних податків, які розподіляються між бюджетами державного й місцевого рівнів, значну роль у формуванні доходів місцевих бюджетів відіграють трансферти з бюджетів вищого рівня. Тому розглянемо наступну таблицю що відображає динаміку обсягів доходів, витраток та міжбюджетних трансфертів місцевих бюджетів України (табл. 1)

Таблиця 1.

Динаміка обсягу доходів, витраток та міжбюджетних трансфертів місцевих бюджетів України\*

Показники	2017	2018	2019	2020
Доходи всього млрд. грн.	502,1	562,4	561,6	471,5
В тому числі власні	229,5	263,5	300,2	311,3
Частка %	45,7	46,8	53,5	66
Міжбюджетні трансферти	272,6	298,9	261,4	160,2
Частка %	54,3	53,2	46,5	34
Витатки всього млрд. грн.	490,1	570,6	562,2	478,1

\* Складено за:[1],[2],[5]

Як бачимо з табл. 1 у 2020 році в порівнянні з 2017 роком доходи місцевих бюджетів з врахуванням міжбюджетних трансфертів зменшилися на 30,6 млрд грн, але власні доходи місцевих бюджетів зросли на 81,8 млрд. грн. та міжбюджетні трансферти у свою чергу значно зменшилися, а саме на 112,4 млрд. грн. В доходах за 2019 рік власні доходи складають 53,5 % та міжбюджетні трансферти 46,5 %. У власних доходах значну частку складає ПДФО – 50,8 % ( 152,4 млрд грн), акцизний податок – 19,3 млрд грн (6,4 %), орендна плата з юридичних та фізичних осіб – 39,4 млрд грн (13,1%) та інші податки і збори – 89,1 млрд грн. (29,7 %). А ще відбулося скорочення доходів в 2020 р. в порівнянні з 2019 р. на 90,1 млрд грн, проте зросли власні доходи місцевих бюджетів на 11,1 млрд грн та скоротились міжбюджетні трансферти на 101,2 млрд грн.

У структурі доходів місцевих бюджетів у 2020 році найбільшу частку становили: податок та збір на доходи фізичних осіб – 37,7% (177,8 млрд грн); офіційні трансферти – 34,0% (160,2 млрд грн); єдиний податок з фізичних осіб – 5,9% (27,6 млрд грн); орендна плата з юридичних осіб – 3,5% (16,4 млрд грн); внутрішні податки на товари та послуги – 3,3% (15,5 млрд грн); земельний податок з юридичних осіб – 2,3% (10,8 млрд грн); інші податки і збори – 13,4% (63,2 млрд грн).

За роки реформування бюджетної системи в контексті децентралізації досягнуто важливих результатів – зміцнено фінансову спроможність місцевих бюджетів, забезпечено надання якісних суспільних послуг споживачам завдяки розширенню витраткових повноважень органів місцевого самоврядування за принципом субсидіарності.

Реформа міжбюджетних відносин та зміни до податкового законодавства сприяли підвищенню рівня фінансового забезпечення місцевих бюджетів та забезпечили формування нових прогресивних відносин в управлінні бюджетними ресурсами, а також створили умови для мотивації органів місцевого самоврядування до нарощування доходної бази місцевих бюджетів.[3]

Позитивним аспектом реформи міжбюджетних відносин є щорічне збільшення інвестиційних ресурсів місцевих бюджетів. У 2019 році обсяг капітальних витраток становив 99,8 млрд грн, що на 8,7 млрд грн або на 9,5 % більше порівняно з відповідним періодом 2018 року. У місцевій владі вперше з'явився реальний інтерес до локальної боротьби з нелегальним виробництвом та обігом, а також контрабандою підакцизних товарів з метою наповнення власних бюджетів. Відбулося розширення сфери оподаткування майнових податків – зменшення обсягів пільгових площ нерухомого майна, включення нежитлового (комерційного) майна до бази оподаткування та запровадження транспортного податку. [4]

Найбільшу питому вагу серед субвенцій загального фонду державного бюджету становили субвенції у сфері освіти (73,4 %), що надані місцевим бюджетам у сумі 83,8 млрд грн, або 100,4 % бюджетних призначень та 99,9 % уточненого плану. У сфері охорони здоров'я з загального фонду державного бюджету надано субвенції місцевим бюджетам на суму 22,4 млрд грн (або 138,2 % бюджетних призначень та 96,6 % уточненого плану). Серед субвенцій, наданих із спеціального фонду державного бюджету, найбільшою за обсягом була субвенція на фінансове забезпечення будівництва, реконструкції, ремонту і утримання автомобільних доріг загального користування місцевого значення, вулиць і доріг комунальної власності у населених пунктах, що перерахована у передбаченому законодавстві обсязі (22,2 млрд грн).

Відповідний акт «Про звіт про виконання Закону України «Про Державний бюджет України на 2021 рік», який мав би засвідчити результати виконання державного бюджету у 2021 р. на даний момент відсутній, адже ще не був розглянутий і затверджений Верховною Радою України. А в теперішніх умовах такий акт може значно затриматися. Також складно уявити (забігаючи наперед) який матиме вигляд звіт про виконання Закону України «Про Державний бюджет України на 2022 рік» у зв'язку з війною, яку



розпочала проти нашої країни росія. І складно оцінити результати міжбюджетних відносин зараз оскільки у зв'язку з військовим станом відбулися відповідні зміни у місцевому самоврядуванні і бюджетній системі в цілому.

Міністерство фінансів 01 квітня 2022 р. поінформувало про стан виконання Державного бюджету в березні 2022 р. За оперативними даними Державної казначейської служби України (ДКСУ), у березні 2022 р. до загального фонду державного бюджету надійшло 103,4 млрд грн. Розпис на місяць виконано на 92,9 %.

Уряд вжив заходів щодо переорієнтування бюджету країни на воєнні цілі та здійснення найнеобхідніших соціальних видатків, спрямованих на підтримку життєдіяльності населення. Здійснення інших видатків, зокрема капітальних, тимчасово призупинене. Так, за оперативною інформацією ДКСУ, за січень-березень 2022 р. касові видатки загального фонду державного бюджету становили 356,4 млрд грн, або 67,8 % від розпису звітного періоду. Загальний фонд державного бюджету за січень-березень 2022 р. було виконано з дефіцитом 67,5 млрд грн при запланованому дефіциті на 1 кв. 2022 р. у сумі 266,1 млрд грн.

Кабінет Міністрів України 09 квітня 2022 р. вчергове вніс зміни до Порядку виконання повноважень Державною казначейською службою в особливому режимі в умовах воєнного стану. Ухвалена урядом України Постанова надасть змогу Казначейству та його територіальним органам в особливому режимі в умовах воєнного стану здійснювати пріоритетні видатки бюджетів. Постанова також передбачає зменшення відсотка доходів місцевих бюджетів, що спрямовуватимуться на погашення короткострокових позик, та розширення переліку видатків другої черги, за якими здійснюються платежі за дорученнями клієнтів.

Кабінет Міністрів України 15 квітня 2022 р. вніс зміни до Порядку фінансового забезпечення діяльності військових адміністрацій. Постанова КМУ вдосконалює механізм виплати грошового забезпечення для осіб, відряджених до військово-цивільних адміністрацій та призначених (перепризначених) до військових адміністрацій. Крім того, у Постанові затверджуються структура та штатні розписи обласних і районних військових адміністрацій. [6]

Отже, можна сказати що реформа децентралізації в Україні дає певні результати. Хоча місцеві бюджети не забезпечують повністю свої потреби власними коштами, а все-таки змушені залучати дотації та субвенції з державного бюджету, але обсяг трансфертів з державного бюджету до місцевих плавно знижується. Також зростають надходження до місцевих бюджетів що в свою чергу підвищує їхню здатність до самозабезпечення. Це може свідчити про те що держава знайшла спосіб стимулювати органи місцевого самоврядування до боротьби з тіньовою економікою. Також слід сказати що у 2022 році в тих областях країни де проходили (проходять) бої наповнення місцевого бюджету за рахунок власних засобів є неможливим або значно зменшене, тому вочевидь буде спостерігатися зростання обсягів базових дотацій. Вочевидь разом із змінами які зазнав державний бюджет України у розрізі джерел фінансування так-само і відбудуться зміни в джерелах фінансування місцевих бюджетів.

#### *Список використаних джерел:*

1. Про звіт про виконання Закону України "Про Державний бюджет України на 2020 рік: постанова Верховної Ради України - URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1567-20#Text>
2. Генкул Ю.В. Міжбюджетні трансферти: їх види і значення для місцевих бюджетів. URL: [sej.org.ua/9\\_2020/52](http://sej.org.ua/9_2020/52)
3. Гузар Б. С. Сучасний стан та напрями удосконалення бюджетного менеджменту України URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9074>
4. Рошило В.І. Шляхи підвищення ефективності міжбюджетних відносин в Україні URL: [http://www.ej.kherson.ua/journal/economic\\_27/3/19](http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_27/3/19)
5. Сидор І.П. Міжбюджетні трансферти в системі доходів місцевих бюджетів: сучасний стан та напрями вдосконалення URL: [http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/32\\_2019\\_ukr/55](http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/32_2019_ukr/55)
6. Огляд інструментів підтримки фінансової стійкості в умовах воєнного стану в Україні (01– 15.04.2022 року): Національний інститут стратегічних досліджень. URL: <https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/ohlyad-instrumentiv-pidtrymky-finansovoyi-stiykosti-v-umovakh-voynenoho>

**Oleg Yuhach**

*Ivan Franko National University of Lviv*

#### REFORM OF INTER-BUDGETARY RELATIONS IN THE CONTEXT OF DECENTRALIZATION POLICY IN UKRAINE AND ASSESSMENT OF THE IMPACT OF MILITARY AGGRESSION ON THIS SITUATION.

*Annotation.* The development of socio-economic processes taking place in Ukraine is significantly influenced by inter-budgetary relations, the main task of which is to achieve coordination of interests between the state, regions and territories, as well as the distribution of financial resources and responsibilities.

As a result of decentralization reform, important changes have taken place in the country's budget system. Local governments have received an incentive to develop their regions and combat the shadow economy.

The article reflects the dynamics of changes in state and local budgets. Sources of filling local budgets and intergovernmental transfers are also mentioned.

Also due to the war started by Russia against Ukraine, the budget system of Ukraine has undergone certain changes, as well as the structure of the state as a whole. The article also mentions these changes.

**Ілона Якімець**

*Університет банківської справи, Львів  
ilonka29112000@ukr.net*

## **РОЛЬ УПРАВЛІНСЬКОЇ ЗВІТНОСТІ В КЕРУВАННІ ОРГАНІЗАЦІЄЮ**

На сьогодні для більшості підприємств проблема щодо вдосконалення звітної інформації є першим питанням для обговорення на порядку денному. При формуванні системи управлінської звітності важливим аспектом є чітка організація послідовності її формування на підприємстві, оскільки прийняття управлінських рішень великою мірою залежить від якості даних управлінської звітності. Аспекти формування управлінської звітності знайшли відображення у працях таких вітчизняних науковців-економістів як: Чумаченко М.Г., Бутинець Ф.Ф., Пушкар М.С., Кірейцев Г.Г., Карпова Т.П., Нагірська К.Є., Нападівська Л.В., Озеран В.О. та інші.

У системі управління підприємством управлінська звітність є одним із найбільш складних і важливих елементів системи управлінського обліку, звітності та бюджетування. Крім того, це один із важливих елементів зворотного зв'язку в системі внутрішнього управління і в цілому є результатом функціонування системи управлінського обліку. За своєю сутністю управлінська звітність є не лише джерелом інформації, але й засобом формалізації вимог внутрішніх користувачів до облікової інформації. Вона виконує організаційну роль при виборі методики обліку й узагальнення даних, а інформація управлінської звітності, в свою чергу, призначається бухгалтерські первинні документи, реєстри обліку та дані з інших джерел [1].

Управлінський облік лише частково регламентований законодавством, що дозволяє підприємствам самостійно формувати показники внутрішньої звітності та широкі можливості бухгалтера-аналітика і керівника у виборі способів подачі інформації. Кінцевим результатом інформаційної роботи являється звітність в електронному та паперовому вигляді, інформаційною базою якої являються бухгалтерські первинні документи, реєстри обліку та дані з інших джерел [1].

Управлінська звітність з одного боку, дозволяє керівництву підприємства визначити межі своїх можливостей в отриманні необхідних відомостей від центрів відповідальності середньої та нижчої ланок, а також можливостей інформаційної та аналітико-прогностичної служб, а з іншого боку, отримувати конкретні відомості, систематизовані належним чином, у зручній для користувача формі [3].

Найбільш поширеною формою організації управлінської звітності є побудова її за центрами відповідальності. При цьому виділяють: центри прибутку, центри доходів, центри витрат, центри інвестицій. Існують також інші групування центрів відповідальності в розрізі інших ознак. Організація управлінської звітності за центрами відповідальності дає змогу підприємству організувати систему обліку так, що витрати і доходи акумулюються за центрами відповідальності та відображаються у звітах на певних рівнях управління за принципом контрольованості витрат. Проте, на думку Чижевської Л.В. та Кулікової Н.Т., така побудова системи управлінської звітності має недолік – вона не дає змоги центрам відповідальності оперативного координувати свою діяльність у відповідності до результатів інших, пов'язаних підрозділів

Для підвищення ефективності впровадження управлінської звітності на підприємствах необхідно спрямувати діяльність за такими напрямками: - визначення осіб, відповідальних за складання та подання управлінських звітів; - розробка стандартизованих форм управлінської звітності (з урахуванням особливостей підприємства); - визначення строків подання звітності і, відповідно, налагодження чіткої подачі даного виду звітності; - налагодження взаємозв'язку системи управлінської звітності з аналітичною системою підприємства. [2]

Отже, інформація управлінської звітності призначена виключно для внутрішнього використання, і для отримання необхідних даних використовують методичні прийоми не лише бухгалтерського обліку, але й інших дисциплін. Управлінська звітність має бути органічно включена в облікову систему господарства для забезпечення тісної взаємодії фінансового та управлінського обліку та збільшення корисного ефекту від отриманої інформації при прийнятті рішень як тактичного так і стратегічного характеру.

*Список використаних джерел:*

1. Юрківський О.Й. Місце управлінської звітності в підвищенні оперативності прийняття рішень — [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ven.ztu.edu.ua/article/download/113013/108118>
2. Шевчук К. В. Роль управлінської звітності в обліково-інформаційній системі підприємства та особливості її формування — [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/10994/1/роль-управлінської-звітності-в-обліково-інформаційній-системі-підприємства/>
3. Шепель Т. П. Роль і місце управлінської звітності в підвищенні ефективності функціонування підприємств — [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.investplan.com.ua/pdf/16\\_2018/8.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/16_2018/8.pdf)

**Ilona Yakimets**

*University of Banking, Lviv*

## **THE ROLE OF MANAGEMENT REPORTING IN ORGANIZATION MANAGEMENT**

The article deals with the main effects of management reporting on the organization management system. We describe the importance and role of management reporting for companies.

**Марія Ялечко**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*  
*maria.ialechko@lnu.edu.ua, diventtt@gmail.com*

## **АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ВИКОРИСТАННЯ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОЇ БАЗИ РЕКРЕАЦІЙНОЇ СФЕРИ ЛЬВІВЩИНИ ДЛЯ ПОТРЕБ ТИМЧАСОВО ПЕРЕМІЩЕНИХ ОСІБ**

Повномасштабне військове вторгнення Росії завдало потужного удару по всіх ланках національної економіки України. Відбувається відтік кадрів за кордон та їх часткова передислокація на захід держави, що тимчасово викидає з активного економічного життя сотні тисяч, або й мільйони людей.

Наразі понад 10 мільйонів українців вимушено покинули свої домівки. З них 6,5 мільйонів залишилися в Україні та оселилися в більш безпечних регіонах держави. Уряд напрацьовує механізми, які допоможуть забезпечити житлом внутрішньо переміщених осіб (будівництво тимчасового житла для переселенців у районах їх тимчасової дислокації, переобладнання наявного житлового і нежитлового фонду). Так у Львові з'явилося вже друге модульне містечко.

Також тимчасовим прихистком для переміщених осіб стали санаторії, пансіонати, бази відпочинку в районах рекреаційної сфери Львівщини. Держава не вимушена будувати модульні містечка, а зможе використовувати наявну матеріально-технічну базу. Причому тимчасово переміщені особи отримують – не тільки проживання й харчування, а й оздоровчі процедури та психологічну допомогу.

На Львівщині діють 124 санаторії, 500 садиб зеленого туризму, 250 закладів розміщення. В Україні за останні роки спостерігається катастрофічне зменшення туристів, що користуються засобами розміщення санаторно-курортного та оздоровчого профілю. Згідно зі статистичними даними, найбільше постраждали санаторії: кількість клієнтів, бажаних користуватися їх послугами, скоротилася на півмільйона. Так, навіть у популярних з організації лікувально-оздоровчого туризму областях виведено з експлуатації або повністю припинено діяльність низки санаторіїв, зокрема: на Львівщині – чотири заклади.

Зараз на Львівщині вимушених переселенців поселяють у курортні санаторії, пансіонати, бази відпочинку. Відновлюють утеплення, проводять гарячу воду та забезпечують харчами. Створюються та облаштовуються локації для комфортного культурного, активного відпочинку. Так у Трускавці протягом березня розселили 30 тис. осіб. Якщо буде більше використовуватися база рекреаційної сфери, то це дасть можливість суттєво зекономити фінансові ресурси держави. Це, у свою чергу дасть кращі можливості для фінансування інших галузей економіки.

Отже, використання уже наявних будівель та споруд рекреаційної сфери, дає значні переваги і з точки зору екологічності, тобто повторного використання матеріалів. Така практика забезпечує належний комфорт та оздоровлення різним групам переселенців. Це довгострокове вирішення проблеми і дає можливість забезпечити потребу у житлі на тривалий час. Львівщина стає економічною опорою для потреб переселенців з цілої України.

*Список використаних джерел:*

1. Гринів Л.С. Економіка рекреаційної сфери : навч. посібник / Л. С. Гринів, Р. В. Славів, О. В. Кривень. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2019. – 416 с.
2. Нагірняк А. Я. Львівщина як складова туристичної галузі України - <https://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/643/617>
3. Галасюк С. С. Сучасний стан розвитку санаторно-курортної бази в Україні <http://global-national.in.ua/archive/15-2017/39.pdf>
4. Рекреаційний потенціал Львівщини. Статистичний збірник. Львів - 2011 [https://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/publ/2011/ZB212010Y11\\_2.pdf](https://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/publ/2011/ZB212010Y11_2.pdf)
5. Програми розвитку туризму та курортів у Львівської області на 2021 – 2025 роки [https://loda.gov.ua/upload/users\\_files/32/upload/Programa%20rozvYtku%20turYzmu%20u%20L\\_vivs\\_kiy%20oblasti%20na%202021-2025%20rokY.pdf](https://loda.gov.ua/upload/users_files/32/upload/Programa%20rozvYtku%20turYzmu%20u%20L_vivs_kiy%20oblasti%20na%202021-2025%20rokY.pdf)

**Maria Yalchko**

*Ivan Franko National University of Lviv*  
*maria.ialechko@lnu.edu.ua, diventtt@gmail.com*

**ACTUAL PROBLEMS OF USING THE MATERIAL AND TECHNICAL BASE OF THE RECREATIONAL SPHERE OF LVIV OBLAST FOR THE NEEDS OF TEMPORARILY DISPLACED PERSONS**

**Анна Янчук**

*Львівський національний університет імені Івана Франка  
anna.yanchuk.eknm@lnu.edu.ua*

## **ІНТЕГРОВАНІ МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ В ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Особливості сучасного етапу національної економічної системи України обумовлюють необхідність вивчення нових підходів до організації та управління ефективних маркетингових комунікацій. Поступово компанії відмовляються від масового маркетингу та впроваджують вузько спрямовані маркетингові програми, метою яких є встановлення тісних взаємовідносин із клієнтами, тому саме маркетингові комунікації є важливою частиною маркетингової стратегії підприємства.

Метою нашого дослідження є вивчення сутності саме інтегрованих маркетингових комунікацій, їх ролі та значення в діяльності промислового підприємства.

Важливим є розуміння змісту поняття «інтегровані маркетингові комунікації». У фундаментальній монографії «Маркетингові комунікації. Інтеграційні досягнення» Поль Сміт, який є фундатором теорії інтегрованих комунікацій, зазначив, що «це взаємодія всіх форм комплексу комунікації, при якому кожна форма інтегрована з іншими інструментами маркетингу і підкріплена ними задля досягнення максимальної економічної ефективності». Дещо інше трактування терміну дає Американська асоціація рекламних агентств, «ІМК – це концепція планування маркетингових комунікацій, що ґрунтується на необхідності оцінки стратегічної ролі їхніх окремих напрямків (реклами, стимулювання збуту, PR тощо) і оптимального поєднання для забезпечення чіткості, послідовності та пошуку максимізації впливу комунікаційних програм за допомогою несуперечливої інтеграції всіх повідомлень» [3].

Враховуючи вище вказане, можна виділити загальну характеристику даного терміну, це поєднання інструментів ІМК для максимізації ефективності.

На промисловому підприємстві використовуються всі інструменти комплексу маркетингових комунікацій, а саме:

- реклама;
- стимулювання збуту;
- персональний продаж;
- прямий маркетинг;
- паблік рилейшинз [1, с. 415].

Суть концепції ІМК полягає в одночасному та синергетичному застосуванні даних інструментів, що дозволяє досягти максимальної ефективності комунікаційної діяльності підприємства. Основними принципами інтегрованих маркетингових комунікацій на промисловому підприємстві є:

- 1) Кожен продукт чи послуга має атрибути бренду, відповідно, мають цінності, які сприймаються споживачем, отож ІМК починається зі споживчого сприйняття і діяльності, а точніше, з їхньої оцінки;
- 2) ІМК інтегрує стратегію бізнесу в цілому з потребами і видами діяльності окремого споживача;
- 3) ІМК координує всі комунікації бізнесу в рамках повного набору маркетингових комунікацій. Інтегровані маркетингові комунікації об'єднують такі напрямки каналів комунікацій як ATL, BTL, PR;
- 4) ІМК установлює контакт зі споживачем і веде з ним діалог [2, с. 103]

Ефективність функціонування ІМК для промислового підприємства залежить від різноманітних чинників:

- тип товару (товари широкого вжитку чи товари промислового призначення);
- етап життєвого циклу товару;
- наближення до клієнтів, розуміння ступеню купівельної готовності потенційного клієнта;
- стратегія просування (стратегія прощтовхування чи залучення);
- бюджет ІМК [4, с. 150]

Найпростішим методом оцінки ефективності ІМК є визначення витрат на маркетингові програми і доходів, які планують отримати.

Підсумовуючи, можна зазначити, що саме інтегровані маркетингові комунікації є однією з найефективніших концепцій сучасного маркетингу, які необхідно використовувати в плануванні маркетингової стратегії підприємства. Дана концепція дозволяє постійно демонструвати, як компанія та товари, які вона виробляє, допоможуть споживачам вирішити їхні проблеми, ІМК дозволяє ефективно обрати засоби комунікації та забезпечити ефективний збут, скоординувати тисячі дій компанії і таким чином створити цілісний імідж компанії.

### *Список використаних джерел:*

1. Армстронг Г., Котлер Ф. Основи маркетингу. Видавничий дім «Вільямс», 2020. 880 с.
2. Карпенко Н.В., Яловега Н.І. Комплекс маркетингових комунікацій у стратегічному управлінні маркетинговою діяльністю підприємства : монографія. Полтава : Полтавський університет економіки і торгівлі, 2012. 278 с.
3. Офіційний сайт Американської асоціації рекламних агентств. URL: <http://www.aaaa.org/> (дата звернення: 13.05.2022р.)
4. Палковський Євген. Інтегровані комунікації в менеджменті підприємств-виробників товарів. Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю «Актуальні проблеми менеджменту та публічного управління в умовах інноваційного розвитку економіки». Тернопіль, 2021 р. с. 150–151.

**Yanchuk Anna**

*Ivan Franko National University of Lviv*

### **INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS IN THE ACTIVITIES OF AN INDUSTRIAL ENTERPRISE**

*Abstract:* The main essence of the IMC concept is investigated and the main tools of the complex of marketing communications in the activity of an industrial enterprise are indicated. The main factors of functioning of the IMC concept and its role in the activity of an industrial enterprise are determined.

*Keywords:* integrated marketing communications, industrial enterprise.

Наталія Ярич

Львівський національний університет імені Івана Франка

E-mail: NATALIA.YARYCH@lnu.edu.ua

## ЗАСТОСУВАННЯ АНАЛІЗУ ВИЖИВАНОСТІ В ЕКОНОМІЧНОМУ ДОСЛІДЖЕННІ

**Актуальність проблеми.** Власнику кожного бізнесу корисно знати, як довго клієнт, ймовірно, залишиться з ним. Це необхідна умова для моделювання життєвої вартості, управління ресурсами та розрахунку цільових витрат на придбання сировини. Як додатковий бонус, розуміння факторів, які впливають на відтік клієнтів, може відкрити безцінні можливості для оптимізації ефективності діяльності.

Також аналіз виживаності є корисним інструментом для розуміння чинників утримання клієнтів, бо дає відповіді на такі запитання, як «Який середній час утримання нового клієнта, отриманого через рекомендацію існуючого клієнта?» і «Коли я повинен очікувати, що 25% моїх клієнтів покинуть мене?»

Проте справжня сила аналізу виживаності виявляється лише тоді, коли ви застосовуєте його, щоб відповісти на складніші запитання, як-от «Чи довший час співпраці моєго клієнта з регіону А порівняно з регіоном Б?» і «Чи довше я утримаю клієнтів, якщо запроваджу свою нову стратегію утримання?»

Відповіді на ці питання є важливими для розвитку бізнесу, що зумовлює актуальність обраної теми дослідження.

**Виклад основного матеріалу.** В управлінні відносин з клієнтами власники бізнесів часто стурбовані цензурованими даними, тобто покупки клієнтів закінчуються у поточний момент часу лише тому, що ми не можемо побачити, що станеться у майбутньому. Це свого роду відсутні дані, з якими логістична регресія не може впоратися, і саме тому для дослідження поведінки споживачів нам потрібен аналіз виживаності.

Аналіз виживаності – це статистичний метод, який аналізує дані, щоб передбачити час настання однієї або кількох подій, при цьому керуючись цензурованими даними. Цензурування відбувається тоді, коли:

- критична подія не відбувається до кінця дослідження;
- суб'єкт вилучається з дослідження;
- суб'єкт втрачається для подальшого спостереження під час дослідження [1].

Метою даного дослідження є аналіз часу до наступного замовлення на основі набору даних про клієнтів інтернет-магазину. Набір даних містить інформацію про 5122 покупців та 6 їхніх характеристик, а саме: кількість днів між першим та другим замовленням, сума першого замовлення, стать, використання купона на знижку при першому замовленні, інформація про те, чи було перше замовлення повернуте, наявність другого замовлення.

Одним із способів перевірити, чи існує зв'язок між кількістю днів між першим та другим замовленням та використанням купонів при першій купівлі – порівняти розподіли виживаності. Це робиться шляхом порівняння графіків Каплана – Мейєра. Оцінка Каплана-Мейєра – це непараметрична статистика, яка використовується для оцінки функції виживаності на основі даних за весь час дослідження [2]. Отримані результати говорять нам про те, що з 5122 клієнтів онлайн-магазину 3199 осіб не були піддані цензурі (тобто, за ними слідкували протягом усього часу до настання наступного замовлення), і серед цих 3199 клієнтів середня кількість днів між першим і другим замовленням становить 41 день. 95% довірчий інтервал для середнього значення кількості днів між замовленнями для 3199 осіб без цензури – (40;42). Проаналізувавши як використання купонів пов'язане з тривалістю до наступного замовлення можна сказати наступне – загалом 1035 осіб скористалися даною акцією при першому замовленні, з яких 525 зробили наступну купівлю, медіана спостереження становить 40 днів, 95% довірчий інтервал часу до наступного замовлення для клієнтів, які використовували купони, становить (39;41). При проведенні логарифмічного тесту для перевірки гіпотез про статистично значущу різницю між кривими виживаності виявили, що існує різниця у функції виживаності для обох груп клієнтів.

Криві Каплана-Мейєра хороші для візуалізації відмінностей у виживанні між двома категоріальними групами, але вони погано працюють для оцінки впливу кількісних змінних. Регресія пропорційних ризиків, або модель Кокса може оцінити вплив як категоріальних, так і безперервних змінних, і може моделювати вплив кількох змінних одночасно; дозволяє перевірити різницю в часі виживаності у двох і більше групах інтересу, допускаючи при цьому коригування коваріантів, які цікавлять дослідників; а також надає корисну інформацію щодо зв'язку функції небезпеки з предикторами [3].

Для обчислення впливу декількох характеристик клієнта на ризик повторного замовлення було використано модель пропорційного ризику Кокса. Результати свідчать, що 1 долар зменшує ризик повторної покупки лише в 0,99 разів. Для клієнтів, які скористалися купоном, зменшується ризик повторної покупки в 0,74 рази або на 26%, а для клієнтів, які повернули будь-який із товарів – у 0,73 рази, або на 27%. Бути чоловіком порівняно з жінкою збільшує ризик повторної покупки в 1,11 рази або на 11%.

Отримані результати є корисними, проте чи не найкориснішим у застосуванні аналізу виживаності є створення передбачень про поведінку споживачів у майбутньому. Саме тому ми припустили, що новим клієнтом стала жінка, яка використала купон під час свого першого замовлення, дане замовлення було розміщено 21 день тому, вартість кошика для покупок становила 99,90 доларів, вона не повернула замовлення. Для виконання завдання використали модель, описану вище. Висновок: нова клієнтка зробить наступне замовлення у середньому на 47 день від дня першої покупки.

**Висновок.** Ми зосередилися на вивченні факторів, що впливають на тривалість до наступного замовлення на уявному наборі даних, який містить інформацію про кількість днів від першого замовлення та наявності наступної покупки. При цьому були використані найпоширеніші моделі оцінки функції виживаності – непараметричну оцінку Каплана-Мейєра та напівпараметричну оцінку пропорційних ризиків Кокса; також створені передбачення стосовно поведінки нових споживачів на основі моделі виживаності. Отримані результати можуть бути використані для оптимізації продажів у різних торгових компаніях. Моделі пропорційної небезпеки Кокса та регресія Кокса із залежною від часу коваріантів дозволили отримати наступні результати: збільшення вартості кошика покупок на 1 долар зменшує ризик повторної покупки лише в 0,99 разів. Для клієнтів, які скористалися купоном, зменшується ризик повторної покупки в 0,74 рази або на 26%, а для клієнтів, які повернули будь-який із товарів – у 0,73 рази, або на 27%. Бути чоловіком порівняно з жінкою збільшує ризик повторної покупки в 1,11 рази або на 11%.

*Список використаних джерел:*

- Survival Analysis – An Introduction. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://medium.com/zasti/survival-analysis-an-introduction-d6a6c2fde54b>
- Kaplan E.L., Meier P. Nonparametric Estimation from Incomplete Observations. *Journal of the American Statistical Association*. 1958. Vol.53, №282. P. 457-481. Режим доступу: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01621459.1958.10501452>
- Cornell Statistical Consulting Unit. What is Survival Analysis? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://cscu.cornell.edu/wp-content/uploads/78\\_surv.pdf](https://cscu.cornell.edu/wp-content/uploads/78_surv.pdf)

**Nataliia Yarych**

*Ivan Franko National University of Lviv*

#### APPLICATION OF SURVIVAL ANALYSIS IN ECONOMIC RESEARCH

It is useful for the owner of each business to know how long the customer is likely to stay with him. This is a necessary condition for modeling the cost of living, resource management and calculation of target costs for the purchase of raw materials. As an added bonus, understanding the factors that influence customer outflows can open up invaluable opportunities to optimize performance.

*Keywords:* survival analysis, Kaplan-Meier method, censored subjects, Cox regression.

Ірина Ярова

Львівський національний університет імені Івана Франка  
iryna.yarova@lnu.edu.ua

## ІНОЗЕМНИЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СПІВПРАЦІ З ОФШОРНИМИ ЗОНАМИ

Питання, пов'язані з функціонуванням офшорних юрисдикцій, не випадково привертають активну увагу світової спільноти впродовж останніх десятиліть. Офшорні зони є привабливими для великих корпорацій та заможних підприємців, бо надають неабиякі можливості для застосування різноманітних схем ухилення від сплати податків. Загальносвітові втрати з податку на прибуток, спричинені функціонуванням офшорних зон (станом на 2019 рік), американські науковці Г. Цукман та Дж. Генрі оцінюють приблизно в 200 мільярдів доларів США на рік, хоча за оцінками МВФ ця цифра може сягати 600 млрд дол. США на рік.

У світі є декілька підходів до класифікації країн як офшорних зон. Наприклад, МВФ вважає, що офшорним фінансовим центром є країна чи територія, яка надає фінансові послуги нерезидентам в обсязі, який не відповідає обсягу фінансових послуг, наданих резидентам цієї країни чи території [4]. В широкому сенсі, офшорні зони (інший термін – «податкова гавань») – це країни, що пропонують іноземним компаніям та фізичним особам мінімальне податкове зобов'язання або повну відсутність податкових зобов'язань в політично та економічно стабільному середовищі. В офшорних зон є низка характеристик, що дають змогу відокремити їх від інших країн з пільговим оподаткуванням, які наведено у Таблиці 1.

Табл. 1

Особливі риси офшорних зон

Риса	Тлумачення
Конфіденційність	Особистості власників фірми не підлягають розголошенню; розкриття може вимагатися лише при розслідуванні по факту кримінального злочину.
Брак обмежень на вивезення валюти	Можна надсилати й одержувати платежі в будь-якій валюті без жодних обмежень, а також вільно відкривати депозити в будь-якій валюті.
Спрощені схеми звітності	Не вимагається надання бухгалтерських звітів та податкових декларацій.
Спрощені процедури керування компаніями	Керування може здійснюватися за дорученням власника спеціально заснованою секретарською фірмою.
Низький рівень статутного капіталу	Мінімальний розмір зазвичай не встановлено.
Відсутність податку на прибуток або низька ставка	Здебільшого спостерігається або повна відсутність податку на прибуток, або його ставка в рамках 1-2%.

Джерело: Чеберяко О. В. Сутність офшорної фінансової діяльності та її вплив на економіку України. Актуальні проблеми міжнародних відносин. 2014. Вип. 118(2). С. 47

В Україні є офіційно затверджений розпорядженням Верховної Ради України список держав та територій, які відносять до офшорів. У Розпорядженні офшори розділено згідно з їхнім географічним розташуванням та правовим статусом на такі групи:

- Британські залежні території - Острів Гернси, Острів Джерсі, Острів Мен, Острів Олдерні;
- Центральна Америка - Беліз, Панама;
- Європа - Андорра, Гібралтар, Монако;
- Карибський регіон - Ангілья, Антигуа і Барбуда, Аруба, Багамські Острови, Барбадос, Бермудські Острови, Британські Віргінські Острови, Віргінські Острови (США), Гренада, Кайманові Острови, Монтсеррат, Нідерландські Антильські Острови, Пуерто-Ріко, Сент-Вінсент і Гренадіни, Сент-Кітс і Невіс, Сент-Люсія, Сінт-Мартен, Співдружність Домініки, Теркс і Кайкос, Тринідад і Тобаго;
- Африка - Ліберія, Намібія, Сейшельські Острови;
- Тихоокеанський регіон - Вануату, Гуам, Маршальські Острови, Науру, Ніуе, Палау, Острови Кука, Американське Самоа, Самоа, Фіджі;
- Південна Азія – Мальдіви [1].

Як бачимо, основну частку офшорних зон, що визнає Україна, становлять невеликі (часто острівні) небагаті країни, для яких розвиток сфери послуг є ледь не єдиним способом наповнення державного бюджету. Експортоорієнтоване сільське господарство в таких країнах розвивати важко або неможливо як через природні чинники (особливості клімату, ґрунтів), так і через економічні (відсутність новітнього обладнання, що забезпечило б конкурентоспроможність на міжнародних ринках, низька продуктивність праці, поширеність у сусідніх країнах підсобного господарства, за якого попит на сільськогосподарську продукцію дуже низький). Розвиток вторинного сектору економіки також сповільнений через відсутність потрібних технологій, нестачу засобів виробництва та низький рівень кваліфікації робочої сили. Отже, засоби для існування малі острівні країни отримують переважно з третинного сектору – через туризм та проведення офшорних операцій.

Існування офшорів дозволяє відносно легко та швидко виводити капітал за кордон, що негативно впливає на розвиток економіки України. Основні передумови до небажання інвесторів вкладати в Україну гроші напряму – високий рівень корупційності на всіх рівнях влади, складне для розуміння та відносно мінливе податкове законодавство, недовіра до вітчизняних судових органів, відсутність єдиної політики щодо інвестицій, високий рівень тінізації економіки тощо. Власне через це багато українських бізнесів отримують закордонне фінансування саме через офшори. Для цього є два способи – так звані прямі методи вивезення капіталу з України та непрямі методи, які більш важко відстежити та зупинити.

До прямих методів відносять відмову від ввезення товарів після того, як було здійснено попередню оплату та неповернення валютного виторгу за експортовану продукцію. Ще одним способом «списати» зареєстрований в Україні капітал та вивезти його за межі країни є вдати, що його було втрачено внаслідок неефективних інвестиційних операцій з матеріальними цінностями за кордоном.

Використовуючи непрямі методи, підприємці не тільки вивозять капітал за кордон, а ще й виводять його з-під українського оподаткування, через що державний бюджет недоотримує гроші, які натомість підуть в держскарбницю іншої країни. Часто виставляють рахунки за операції, яких насправді не було, проводять фіктивні угоди з підставними компаніями та маніпулюють трансферним ціноутворенням.

З огляду на зазначене, в ЄС було ухвалено Директиву, яка спрямована на запобігання ухиленню від сплати податків (англ. *The Anti Tax Avoidance Directive*). До неї увійшли запобіжні заходи, що покликані мінімізувати можливість зловживання резидентами ЄС податковим законодавством країн поза ЄС. Заходи стосуються контрольованих іноземних компаній, ефективного оподаткування дивідендів, оновлених механізмів переміщення активів та обмеження на процентні ставки для позик. Держави-члени ЄС мали імплементувати її положення у національне законодавство до 1 січня 2019 року [5].

В Україні також впроваджується законодавство, що має на меті не допустити ухилення від сплати податків суб'єктами господарської діяльності. В березні 2021 року Кабінет Міністрів України ухвалив дворічний план боротьби з виведенням коштів в офшорні зони. План передбачає приведення у відповідність до критеріїв ОЕСР список юрисдикцій, які Україна визнає офшорними. План також передбачає посилений контроль рахунків-фактур (їх часто підробляють, аби вивезти незаконно нажитий капітал за кордон). Посилюється і податковий контроль – за допомогою моніторингу фінансових операцій компетентні органи зможуть частіше виявляти діяльність, що слугує прикриттям для нелегального виведення доходів [2]. Таким чином Україна поступово щораз глибше інтегрується в міжнародну податкову систему та розширює обмін інформацією з податковими органами інших країн.

Отже, можемо стверджувати, що наразі вжиті в Україні заходи недостатні для того, щоб зупинити або хоча б суттєво зменшити потоки капіталу, що виводиться через офшорні зони. Однак подальше приведення вітчизняного законодавства у відповідність з законодавством ЄС (у контексті курсу країни на євроінтеграцію) допоможе підвищити рівень довіри до держави, зменшити рівень тінізації економіки, та, відповідно, обсяги доходів, які прагнуть вивозити підприємці за кордон.

#### *Список використаних джерел:*

1. Про віднесення держав до переліку офшорних зон : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 23.02.2011 р. № 143-р. *Офіційний вісник України*. 2011 р., № 14, стор. 62, стаття 592 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/143-2011-p#Text>
2. Про затвердження плану заходів щодо недопущення ухилення від сплати податків і зборів суб'єктами господарювання та запобігання відмиванню коштів в офшорних зонах : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 3.03.2021 №162-р. *Офіційний вісник України*. 2021 р., № 21, стор. 114, стаття 951 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/162-2021-p#Text>
3. Чеберяко О. В. Сутність офшорної фінансової діяльності та її вплив на економіку України. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2014. Вип. 118(2). С. 46-59.
4. Шпак С. Офшори, схеми, відмивання коштів і оптимізація податків: що про це треба знати. Економічна правда. URL: <https://epravda.com.ua/publications/2020/12/12/669095/#1>
5. Anti Tax Avoidance Directive: European Commission Council Directive of 25.10.2016 No. 0339. *European Commission*. URL: [https://ec.europa.eu/taxation\\_customs/system/files/2016-10/com\\_2016\\_687\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/taxation_customs/system/files/2016-10/com_2016_687_en.pdf)

**Iryna Yarova**

*Ivan Franko National University of Lviv*

#### OFFSHORE ZONES IN THE WORLD ECONOMY

*Summary:* The purpose of the theses is to highlight the impact of tax havens on the world in general and Ukraine in particular. The types of tax havens and the most prominent traits of tax legislation existing in these jurisdictions are analyzed; the main trends in the implementation of anti-offshore legislation are identified. The key problem connected with corporate tax evasion is described and the perspectives for solving the problem are provided.

*Keywords:* tax haven, tax avoidance, tax regulation, ATAD, offshore zone



## ЗМІСТ

Андрій Білецький. ОСОБЛИВОСТІ МЕДИЧНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ .....	5
Микола Білозір. УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНИМИ ФІНАНСАМИ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ .....	6
Лідія Білянська. ЦІНОВА ДИСКРИМІНАЦІЯ НА РИНКУ АВІАЦІЙНИХ ПОСЛУГ .....	8
Оксана Баглай. ПРИВАБЛИВІСТЬ НЕМІНЕРАЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ ІНВЕСТИЦІЙНА .....	10
Соломія Байдалка. ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ .....	12
Владислава Башта. АКТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ .....	13
Аделіна Бегумян. СТРАТЕГІЧНІ ЦІЛІ ТА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ .....	15
Надія Бик. СИСТЕМА НЕДЕРЖАВНОГО ПЕНСІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УКРАЇНИ .....	16
Юлія Богач. ФІНАНСІАЛІЗАЦІЯ ТОВАРНИХ РИНКІВ СИРОВИННОЇ ПРОДУКЦІЇ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ .....	17
Артур Бойчук. МОНЕТАРНА ПОЛІТИКА ФЕДЕРАЛЬНОЇ РЕЗЕРВНОЇ СИСТЕМИ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19 .....	19
Софія Бойко, Вікторія Дмитрук. СУТЬ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ, ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ТА ЕТАПИ ЇХ ВПРОВАДЖЕННЯ .....	21
Марія Бойко. СТАН ПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ .....	23
Ірина Бондар. ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ЛОГІСТИКИ ПІДПРИЄМСТВА .....	25
Марина Бондаренко. ОСОБЛИВОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА З ПОЗИЦІЇ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ .....	27
Анна Бондарук. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ПРИРОДНОГО ГАЗУ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ .....	29
Валентин Брездєнь. РОЗВИТОК УПРАВЛІНСЬКОЇ НАУКИ В УКРАЇНІ .....	30
Богдан Бровговський. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ У СФЕРІ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА .....	32
Дарина Бульба. ЕЛЕКТРОННІ ПУБЛІЧНІ РЕЄСТРИ У ПРИЙНЯТТІ БІЗНЕС-РІШЕНЬ ТА ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ В УМОВАХ ВІЙНИ .....	33
Денис Бурля. СУЧАСНІ ВИКЛИКИ АНТИКРИЗОВОГО ФІНАНСОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ .....	35
Анна-Марія Вальдрат. ЗАРОБІТНА ПЛАТА ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ .....	37
Богдан Васильків. СТАН СЕКТОРУ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ .....	38
Тамара Величко. ІНФЛЯЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ .....	39
Стефанія Вишневецька, Андрій Трач. ВПЛИВ ФІКТИВНОГО ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК РЕГІОНІВ УКРАЇНИ .....	41
Вікторія Волошин. ОБЛІК ВТРАЧЕНОГО АБО ВІДЧУЖЕНОГО МАЙНА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ .....	42
Віра Воробійова. ФІНАНСОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ СТРАХОВОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ .....	44
Олег Врублевський. МОДЕРНІЗАЦІЯ РИНКУ СТРАХУВАННЯ УКРАЇНИ В УМОВАХ ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОЇ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ: ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ (ЦІЛЬОВОГО НАПОВНЕННЯ) СТРАТЕГІЇ ТА ПІДВИЩЕННЯ АБСОРБЦІЙНОЇ СПРОМОЖНОСТІ СУБ'ЄКТІВ СТРАХОВОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА .....	46
Анастасія Ганусик, Ганна Головачук. ОБЛІК ТА ОПОДАТКУВАННЯ КРИПТОВАЛЮТИ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ .....	48
Анастасія Ганусик. ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЛОГІСТИЧНОГО УПРАВЛІННЯ РУХОМ МАТЕРІАЛЬНИХ ПОТОКІВ ПІДПРИЄМСТВА .....	50
Наталія Гапон, Володимир Швець. ОЦІНЮВАННЯ РОЗМІРІВ ШКОДИ ЗАВДАНОЇ ЗЕМЕЛЬНИМ АКТИВАМ УКРАЇНИ .....	51
Анастасія Гаркот, Юлія Гнатів. ДОСЛІДЖЕННЯ ДИНАМІКИ ДІЛОВИХ ОЧІКУВАНЬ БІЗНЕСУ ЩОДО ОБСЯГІВ ПРОДАЖІВ (ОБОРОТУ) РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ .....	52
Дарина Генько. УКРАЇНСЬКИЙ РИНОК ПРАЦІ У ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ 2020-2021 .....	54
Дарина Генько. ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ НА РИНКУ ТОВАРІВ ПРОМИСЛОВОГО ПРИЗНАЧЕННЯ .....	56
Леся Сенік, Марина Герасимчук. ТРАНСПОРТНА ЛОГІСТИКА ПЕРЕВЕЗЕНЬ .....	57
Богдан Гирович. ПОРЯДОК НАРАХУВАННЯ ТА ВИПЛАТИ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ ПІД ЧАС ВІЙНИ .....	58
Зоряна Глова. ОБҐРУНТУВАННЯ НАЙБІЛЬШ ЕФЕКТИВНИХ МЕТОДІВ МОТИВАЦІЇ, ПРИДАТНИХ ДЛЯ ВИКОРИСТАННЯ В ПРАКТИЦІ УПРАВЛІННЯ ВІТЧИЗНЯНИМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ .....	60
Владислав Гнітецький. ПРОБЛЕМИ МИТНОГО КОНТРОЛЮ В КОНТЕКСТІ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ .....	61
Юлія Гнатів. ВПЛИВ ВІЙНИ В УКРАЇНІ НА КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГУ КОМПАНІЙ НА КОНДИТЕРСЬКОМУ РИНКУ .....	63
Юлія Гой. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ТА ЙОГО МОТИВАЦІЯ .....	65
Діана Гонта. ПРОБЛЕМИ ОХОРОНИ КУЛЬТУРНИХ ЦІННОСТЕЙ УКРАЇНОЮ В УМОВАХ ВІЙНИ .....	67
Діана Гонта. ВИМОГИ ЩОДО ЕКСПОРТУ/ ІМПОРТУ СВІЖИХ ТА ПЕРЕРОБЛЕНИХ ФРУКТІВ ТА ЯГІД В УКРАЇНІ ЄС .....	69
Антон Гонтар. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ОСОБИСТОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ .....	71
Марія Горобченко. РОЛЬ КЛЮЧОВИХ ПОКАЗНИКІВ ЕФЕКТИВНОСТІ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У СПРІЯННІ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ .....	72
Кіра Горячева. АНАЛІЗ ЗАСАД ПОБУДОВИ ЗАКОНУ ПРО ОРГАНІЧНИЙ БЮДЖЕТ .....	74
Ірина Гук. ЗАСТОСУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ МОНЕТАРНОЇ ПОЛІТИКИ У ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД В УКРАЇНІ .....	76
Андрій Дідик. ОСОБЛИВОСТІ КЛАСИФІКАЦІЇ ВИРОБНИЧИХ ВИТРАТ .....	78
Андрій Дідик. ІННОВАЦІЇ В СИСТЕМІ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ .....	79
Софія Давидюк. ДИСПРОПОРЦІЇ ПЛАТІЖНОГО БАЛАНСУ УКРАЇНИ У 2019-2021 РОКАХ .....	80
Алла Даццишин. АНАЛІЗ ТРУДОВИХ ВІДНОСИН В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ .....	82
Роман Демко. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІНТЕГРОВАНОЇ ЗВІТНОСТІ .....	83
Максим Дзямка. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ КІБЕРСТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ .....	84
Аліна Дида. СТАТИСТИЧНЕ ВИВЧЕННЯ РЕСУРСІВ ДОМОГОСПОДАРСТВ УКРАЇНИ .....	85
Валентина Добош. МЕХАНІЗМИ ПІДТРИМКИ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ РОСІЙСЬКОЇ ВІЙСЬКОВОЇ АГРЕСІЇ .....	87
Юлія Домбровська. ВПЛИВ ВІЙНИ В УКРАЇНІ НА ЗОВНІШНЮ ТОРГІВЛЮ З КРАЇНАМИ ЄС .....	89
Н.Н. Друщак. АНАЛІЗ ТЕКСТОВИХ ДАНИХ У ПРОГНОЗУВАННІ КУРСУ КРИПТОВАЛЮТИ .....	91
Ольга Творидло. ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК БАНКІВНИЦТВА В УКРАЇНІ .....	92
Галина Дубик. ЗНАЧЕННЯ ФІНАНСОВОГО АУДИТУ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ .....	94

<i>Ірина Дутчак.</i> ФАКТОРИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ЯКІСТЬ ОБЛІКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ДЛЯ ПОТРЕБ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ .....	95
<i>Олег Дячок.</i> ВІДОБРАЖЕННЯ В ОБЛІКУ ОПЕРАЦІЙ З КРИПТОВАЛЮТАМИ .....	97
<i>Олеся Еберт.</i> ОСОБЛИВОСТІ АУДИТУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ .....	99
<i>Роксолана Єрушевська.</i> АКТУАЛЬНІСТЬ ОНЛАЙН-ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ.....	100
<i>Світлана Зінькова.</i> КЛЮЧОВІ МЕТОДИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНВЕРСІЇ ВЕБСАЙТУ .....	102
<i>Олег Іваницький.</i> ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО БАНКІВНИЦТВА УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	104
<i>Мирслава Івасенко.</i> СОЦІАЛЬНО-ЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ.....	106
<i>Христина Івасишин.</i> ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНІ ЗВ'ЯЗКИ УКРАЇНИ З КРАЇНАМИ ЄС .....	108
<i>Яна Іщук.</i> ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ POS-МАТЕРІАЛІВ У МІСЦЯХ ПРОДАЖУ .....	110
<i>Юлія Кісточка.</i> ВИЗНАЧЕННЯ КРИТЕРІЇВ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ МЕНЕДЖЕРА .....	112
<i>Ірина Кіяк.</i> ІНКЛЮЗИВНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК РИНКУ ПРАЦІ В УКРАЇНІ .....	113
<i>Ганна Головчак, Адріана Каленюк.</i> АНАЛІЗ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЦИФРОВІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ .....	114
<i>Мар'яна Калиновська, Марія Літвінова, Ольга Пастушок.</i> ВПЛИВ ВІЙНИ НА ЗМІНИ РИНКУ ПРАЦІ В СФЕРІ МАРКЕТИНГУ .....	116
<i>Ірина Карачун.</i> РОЗПОДІЛ ПРОДУКЦІЇ НА ПРОДОВОЛЬЧОМУ РИНКУ УКРАЇНИ ТА СВІТУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ .....	118
<i>Владислава Карпалюк.</i> ЕКОЛОГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ .....	120
<i>Олена Касприк.</i> ВПЛИВ ТІНЬОВОЇ ЕКОНОМІКИ НА ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ: ПРИЧИНИ ТА ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ .....	121
<i>Сергій Касян, Віола Хаустова.</i> СЕЗОННІ СКЛАДОВІ МАРКЕТИНГОВОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ТОВАРИ КОМПАНІЇ IDS UKRAINE .....	123
<i>Анна Киретів, Петро Поврозник.</i> ОРГАНІЧНЕ АГРОВИРОБНИЦТВО ЯК СКЛАДОВА ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	125
<i>Владислав-Микола Кирилюк.</i> ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ .....	127
<i>Марія Кирилюк.</i> ВПЛИВ РОСІЙСЬКОЇ АГРЕСІЇ НА ПОЛІТИКУ БЮДЖЕТНИХ ЗАПОЗИЧЕНЬ В УКРАЇНІ.....	129
<i>Назар Демчишак, Анатолій Клек, Василь Гриб.</i> РОЛЬ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ФІНАНСОВОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	130
<i>Наталія Клим.</i> ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ ПІДПРИЄМСТВА .....	132
<i>Юлія Ковальчук.</i> НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ТРУДОВИХ ВІДНОСИН В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ .....	134
<i>Софія Козанчин.</i> РОЗВИТОК КІБЕРБЕЗПЕКИ ФІНАНСОВО-БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ УКРАЇНИ.....	136
<i>Едуард Козенний.</i> ВПЛИВ ВЕРТИКАЛЬНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ФІРМИ .....	137
<i>Михайло Кокочиш.</i> ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ НА ФІНАНСОВОМУ РИНКУ .....	138
<i>Дмитро Коломієць.</i> СУЧАСНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ КЛІЄНТООРІЄНТОВАНОГО БІЗНЕСУ .....	140
<i>Едуард Колотвін.</i> МАЙБУТНІ ЦІНИ НА НАФТУ: ТЕОРЕТИЧНЕ ОБґРУНТУВАННЯ Й ЕМПІРИЧНІ СВДЧЕННЯ.....	141
<i>Валерія Констанжи, Софія Овчаренко.</i> ВЗАЄМОДІЯ ДЕРЖАВИ І БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ .....	143
<i>Мирослав Дацко, Олександр Косован.</i> ВПЛИВ ВІЙНИ НА ТРАФІК ВЕБ-САЙТІВ РОЗДРІБНИХ ТОРГОВЦІВ.....	145
<i>Світлана Кошелюк.</i> МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ТОРГОВОГО ПІДПРИЄМСТВА «АТЬ» В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ.....	146
<i>Тетяна Крутка.</i> ДО ПРОБЛЕМ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ В УМОВАХ РОСІЙСЬКОЇ ВІЙСЬКОВОЇ АГРЕСІЇ .....	147
<i>Галина Кузін.</i> СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ФАКТОРИНГУ В УКРАЇНІ .....	149
<i>Олександр Кузан.</i> ПОНЯТТЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ГРОШОВО-КРЕДИТНОГО РЕГУЛЮВАННЯ В УМОВАХ ВІЙНИ В УКРАЇНІ .....	151
<i>Олена Кулеба.</i> ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ .....	153
<i>Юрій Кулеба.</i> АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА СТУПЕНЮ РОЗВИТКУ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА В УКРАЇНІ.....	154
<i>Вікторія Кулик.</i> КУЛЬТУРНИЙ МАРКЕТИНГ В УКРАЇНІ.....	155
<i>Марія Купчак.</i> СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ КРЕДИТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ.....	157
<i>Юлія Куч.</i> ЗАХИСТ ОБЛІКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ В ЦИФРОВІЙ ЕКОНОМІЦІ .....	158
<i>Яна Кушнір.</i> ВИКОРИСТАННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ПРИЙОМІВ У РЕКЛАМІ .....	160
<i>Катерина Ларіна.</i> ОСОБЛИВОСТІ ТА ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ .....	162
<i>Роман Лемішовський.</i> ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СПІВПРАЦІ МВФ ТА УКРАЇНИ У ВОЄННИЙ ПЕРІОД.....	164
<i>Ольга Рудик, Анастасія Лоїк.</i> РОЛЬ ПЕРЕСТРАХУВАННЯ В ФУНКЦІОНУВАННІ РИНКУ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ .....	165
<i>Анастасія Лоїк, Леся Ткачик.</i> ВПЛИВ ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ НА АКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	167
<i>Дар'я Любовецька.</i> АНАЛІЗ МІГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ .....	169
<i>Яна Ляшко.</i> НАПРЯМКИ ПОКРАЩЕННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ НА ЗАСАДАХ ВИКОРИСТАННЯ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ .....	170
<i>Валентина Місько.</i> ЕЛЕКТРОННА ТОРГІВЛЯ В УКРАЇНІ ЯК ОБ'ЄКТ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ .....	172
<i>Анастасія Мазур.</i> НАПРЯМКИ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ СТАРТАПІВ В УМОВАХ ВІЙНИ .....	174
<i>Вадим Мазур.</i> ІННОВАЦІЙНА МОДЕРНІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ ДЕРЖАВИ ЯК ЧИННИК ЇЇ РОЗВИТКУ .....	176
<i>Аделіна Максименко.</i> ОБЛІК В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ СУБ'ЄКТІВ БІЗНЕСУ .....	177
<i>Ярослав Мартинюк.</i> РОЛЬ ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ У РЕГУЛЮВАННІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ .....	178
<i>Ірина Мартиняк.</i> КОНСОЛІДАЦІЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ЗАСОБАМИ MS SQL SERVER .....	180
<i>Олег Марчук.</i> МАРКЕТИНГ ВІДНОСИН НА РИНКУ КРИПТОВАЛЮТ .....	182
<i>Марія-Марта Матвійшин.</i> ТЕНДЕНЦІЯ СПЛАТИ ЄСВ ЗА ПЕРІОД 2019-2021 РОКІВ ТА ПРОГНОЗ ВПЛИВУ ВОЄННОГО СТАНУ НА ФОРМУВАННЯ ЙОГО НАДХОДЖЕНЬ ДО ПЕНСІЙНОГО ФОНДУ УКРАЇНИ .....	184
<i>Лілія Матейко.</i> ПОЛІТИКА РОЗПОДІЛУ АГРОПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	186
<i>Владислав Махновець.</i> ПРОБЛЕМИ ЕФЕКТИВНОГО ЗАСТОСУВАННЯ ФІСКАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ .....	188

Марія Мельник. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ ТА НЕВИЗНАЧЕНОСТІ.....	190
Лілія Миронюк. ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ОБЛІКУ І РОЗВИТОК СІМЕЙНОЇ МЕДИЦИНИ В УКРАЇНІ .....	192
Марія Мозіль. РОЗВИТОК НЕОБАНКІВ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ .....	193
Анна Моцяк. БРЕНД ТА ЙОГО РОЛЬ У ПРОЦЕСІ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕФЕКТИВНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ.....	195
Алла Нікодимова. ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНАЛІЗУ ДЛЯ ПРИЙНЯТТЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РІШЕНЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ .....	197
Ольга Нестор. ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ З ПОКУПЦЯМИ І ЗАМОВНИКАМИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВДОСКОНАЛЕННЯ.....	199
Яна Новодворська. «ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ «ЗЕЛЕНИХ» ОБЛІГАЦІЙ В УКРАЇНІ».....	201
Валерія Онуцька. ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ СПОЖИВЧИХ ТОВАРІВ ПІД ЧАС ВІЙНИ.....	203
Анастасія Островляничук. ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ (НА ПРИКЛАДІ ВЕЛИКОБРИТАНІЇ, ШВЕЙЦАРІЇ ТА НОРВЕГІЇ) .....	204
Ярослав Дропа, Марія Піхоцька. ДІЄВІСТЬ ДЕРЖАВНОГО ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....	206
Марія-Вікторія Павлівська. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МОДНИХ БРЕНДІВ В ІНДУСТРІЇ ВІДЕОІГОР.....	208
Ірина Павлюк. ОЦІНКА ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ .....	210
Олександр Пащенко. ДО ПИТАННЯ ЕКОНОМІКО-ПРАВОВОЇ ОЦІНКИ ЗАЙНЯТОСТІ В УКРАЇНІ.....	211
Анастасія Петренко. РИНОК СТРАХУВАННЯ УКРАЇНИ У 2019-2020 РОКАХ.....	213
Діана Петрик, Анастасія Ватаг. ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ МАРКЕТИНГОВИХ АГЕНЦІЙ ПІД ЧАС ВІЙНИ.....	215
Аліна Пешико. ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ТА ЗНАЧЕННЯ ПРОЦЕСУ РЕАЛІЗАЦІЇ ТОВАРІВ НА ТОРГОВЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ .....	216
Христина Поврозник, Софія Ханас, Юлія Гранкін. ЕКОНОМІКО-ПРАВОВІ ПРИНЦИПИ ПІДТРИМКИ БІЖЕНЦІВ З УКРАЇНИ У РЕСПУБЛІЦІ ПОЛЬЩА .....	218
Ольга Полівода. ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА.....	220
Назарій Полівода. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВАЛЮТНОГО РЕГУЛЮВАННЯ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ .....	222
Глона Полько. АУДИТ ОПЕРАЦІЙ З ВИРОБНИЧИМИ ЗАПАСАМИ: МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ТА ОСНОВНІ ЕТАПИ.....	224
Ольга Пономаренко. РОЛЬ ПРИБУТКОВИХ ПОДАТКІВ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ДОХОДІВ ЗВЕДЕНОГО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ.....	225
Вікторія Прачун. ПОРЯДОК ФОРМУВАННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОЇ ЗВІТНОСТІ ДЛЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	226
Анастасія Приймук. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ОЛІГОПОЛІСТИЧНИХ РИНКІВ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ НА ПРИКЛАДІ РИНКУ ТЮТЮНОВИХ ВИРОБІВ .....	227
Ірина Радзевич. РОЗВИТОК ХМАРНОГО РИНКУ В УКРАЇНІ .....	229
Василь Радик. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ОПОДАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ .....	231
Олеся Радух, Марта Петик. СУЧАСНИЙ СТАН ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ.....	232
Ірина Рачинська. ГЕНЕЗИС ВЗАЄМОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ .....	234
Антон Регеша. ОЛІГОПОЛІЯ В ЄВРОПЕЙСЬКОМУ КЛУБНОМУ ФУТБОЛІ.....	235
Артур Ременяк. ОРГАНІЗАЦІЯ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ СТРАХОВИКА .....	237
Ярослав Ретунський. ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ ПОТОЧНИХ БІОЛОГІЧНИХ АКТИВІВ РОСЛИННИЦТВА .....	239
Софія Роговська. КРАУДФАНДИНГ ЯК ПЕРСПЕКТИВНА МОДЕЛЬ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ .....	241
Руслан Ролько. ХОЛДИНГОВІ ОБ'ЄДНАННЯ ЯК ФОРМА КОНЦЕНТРАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ВЛАДИ: ПОНЯТТЯ, ПРАВОВІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ І АНАЛІТИКА ДІЯЛЬНОСТІ.....	243
Вікторія Романюк. ВПЛИВ УПАКОВКИ НА ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧА .....	245
Дарина Роспопа. ЕКОНОМІКА УКРАЇНИ ПІД ЧАС РОСІЙСЬКОГО ВТОРГНЕННЯ.....	247
Оксана Марець, Юлія Руда. ВИКОРИСТАННЯ КОГОРТНОГО АНАЛІЗУ ТА КОЕФІЦІЄНТІВ ВІДТОКУ (CHURN RATE) І ЖИТТЄВОЇ ЦІННОСТІ КЛІЄНТА (CUSTOMER LIFETIME VALUE) В МАРКЕТИНГОВІЙ АНАЛІТИЦІ .....	248
Наталія Рудковська. ДІЯЛЬНІСТЬ АТ «УКРЗАЛІЗНИЦЯ» ПІД ЧАС ПІД ВОЄННОГО СТАНУ.....	250
Олександр Рудніцький. ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ БНК В УКРАЇНІ .....	251
Аліна Сінькевич. ВПРОВАДЖЕННЯ ЗАХОДІВ ДЛЯ ЗНИЖЕННЯ НЕГАТИВНИХ НАСЛІДКІВ КОНФЛІКТІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ .....	253
Світлана Сас. ФІНАНСОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ УНІВЕРСИТЕТІВ В КОНТЕКСТІ УПРАВЛІННЯ ЇХНЬОЮ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ.....	255
Ігор Семенчук. ПРОБЛЕМИ ТІНЬОВОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПОДОЛАННЯ .....	257
Олег Сенік. ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ КРИПТОВАЛЮТ .....	258
Мар'яна Симчук. УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ ОЗДОРОВЛЕННЯМ БАНКІВ УКРАЇНИ.....	259
Ольга Сисан. СТАТИСТИЧНІ МЕТОДИ ВІЯВЛЕННЯ АНОМАЛІЙ В ДАНИХ.....	260
Олександр Слободянюк. ПРОБЛЕМИ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В УКРАЇНІ.....	261
Андрій Слюз. ЕКОНОМЕТРИЧНЕ ПРОГНОЗУВАННЯ ПОТЕНЦІЙНИХ РИЗИКІВ ПІДПРИЄМСТВА ЯК СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	262
Yuliia Sobko. UKRAINIAN INTEGRATION INTO THE GLOBAL ECONOMIC SYSTEM.....	264
Надія Соболев. РИЗИКИ ДЛЯ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ ТА ОБЛІК БЛАГОДІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ПІД ЧАС ВІЙНИ .....	266
Юрій Сполітак. ІНТЕНСИВНІСТЬ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ РЕКЛАМНИХ ЗВЕРНЕНЬ НА ГАЛУЗЕВИХ РИНКАХ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ З РІЗНИМ РІВНЕМ КОНЦЕНТРАЦІЇ.....	268
Ірина Старинчук. ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ СТРУКТУРИ ЕКСПОРТУ УКРАЇНИ ЗА 2020 – 2022 РОКИ .....	270
Каріна Стахів. ПОДАТКОВА РЕФОРМА ПІД ЧАС ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ .....	271
Вікторія Стефунька. МОНЕТАРНА ПОЛІТИКА ЦЕНТРАЛЬНИХ БАНКІВ РОЗВИНУТИХ КРАЇН СВІТУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID19.....	273
Олеся Стецюк. СУТЬ І ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ ТРАНСАКЦІЙНИХ ВИТРАТ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	275
Юлія Тенета. ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ДІДЖИТАЛ МАРКЕТИНГУ ПРОМИСЛОВИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ .....	277
Тарас Мотрюк, Назар Тимків, Роман Карпук. ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ФОРМА ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	279

<i>Viktoriia Turani</i> . FEATURES OF THE UKRAINIAN SOVEREIGN SECURITIES MARKET DURING RUSSIAN INVASION .....	281
<i>Ольга Турко</i> . ЗАКОН УКРАЇНИ «ПРО СТРАХУВАННЯ» ВІД 18 ЛИСТОПАДА 2021 РОКУ №1909-ІХ: СФЕРА ЗАСТОСУВАННЯ ТА СТРУКТУРА .....	284
<i>Павло Устяк</i> . УКРАЇНСЬКІ ТРУДОВІ МІГРАНТИ У ПОЛЬЩІ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ВІТЧИЗНЯНУ ЕКОНОМІКУ .....	286
<i>Марина Федорук</i> . СОЦІАЛЬНА РЕКЛАМА В УКРАЇНІ .....	288
<i>Анна Федюк</i> . МАЙНОВЕ СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ .....	289
<i>Ірина Федюра</i> . ПРАВОВИЙ ЗАХИСТ ТА ГАРАНТУВАННЯ ВКЛАДІВ ФІЗИЧНИХ ОСІБ В УКРАЇНІ .....	290
<i>Тетяна Форись</i> . СТАГНАЦІЯ ОСВІТИ ЯК НЕГАТИВНИЙ ЧИННИК СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ .....	291
<i>Альона Хащук</i> . ОСОБЛИВОСТІ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА РИНКУ НАФТОПРОДУКТІВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ .....	293
<i>Лілія-Ольга Хоміць</i> . АНАЛІЗУ ЦІЛЕЙ ТАРГЕТОВАНОЇ РЕКЛАМИ НА ПЛАТФОРМІ FACEBOOK ADS MANAGER .....	294
<i>Савелій Цисарук</i> . АВТОСТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ .....	296
<i>Мар'ян Цупріян</i> . АНАЛІЗ РИНКУ СНЕКОВОЇ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНИ .....	297
<i>Маргарита Ченіга</i> . ПРОБЛЕМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПРИРОДНИХ МОНОПОЛІЙ В УКРАЇНІ .....	299
<i>Ксенія Черненко</i> . ЛІКАРНЯНИ І ДЕКРЕТНІ: ВИПЛАТИ ПРАЦІВНИКАМ В УМОВАХ ВІЙНИ .....	301
<i>Анастасія Чорна</i> . ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ВИТРАТ НА ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ ПРАЦІВНИКІВ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ .....	302
<i>Олена Чорна</i> . ОБЛІК ЯК ОСНОВА БЮДЖЕТНОГО ПРОЦЕСУ СУБ'ЄКТУ БІЗНЕСУ .....	304
<i>Ольга Чучман</i> . ВИЗНАЧЕННЯ І КЛАСИФІКАЦІЯ ЗАПАСІВ, ЇХ ОЦІНКА ЗГІДНО МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТИВ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ .....	305
<i>Володимир Шаніро</i> . РОЗВИТОК БАНКІВСЬКОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ФОРМУВАННЯ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ .....	306
<i>Каріна Швець</i> . МОНЕТАРНА ПОЛІТИКА НБУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ .....	307
<i>Христина Щирба</i> . ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ШЛЯХИ ЇХ РОЗВ'ЯЗАННЯ .....	309
<i>Олег Югач</i> . РЕФОРМА МІЖБЮДЖЕТНИХ ВІДНОСИН В УМОВАХ ПОЛІТИКИ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ ТА ОЦІНКА ВПЛИВУ ВІЙСЬКОВОЇ АГРЕСІЇ НА ЇХНІЙ СТАН .....	311
<i>Ілона Якімець</i> . РОЛЬ УПРАВЛІНСЬКОЇ ЗВІТНОСТІ В КЕРУВАННІ ОРГАНІЗАЦІЄЮ .....	313
<i>Марія Ялечко</i> . АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ВИКОРИСТАННЯ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОЇ БАЗИ РЕКРЕАЦІЙНОЇ СФЕРИ ЛЬВІВЩИНИ ДЛЯ ПОТРЕБ ТИМЧАСОВО ПЕРЕМІЩЕНИХ ОСІБ .....	314
<i>Анна Янчук</i> . ІНТЕГРОВАНІ МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ В ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА .....	315
<i>Наталія Ярич</i> . ЗАСТОСУВАННЯ АНАЛІЗУ ВИЖИВАНОСТІ В ЕКОНОМІЧНОМУ ДОСЛІДЖЕННІ .....	316
<i>Ірина Ярова</i> . ІНОЗЕМНИЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СПІВПРАЦІ З ОФШОРНИМИ ЗОНАМИ .....	318

**Актуальні проблеми функціонування господарської системи України:**  
Матеріали ХХІХ Міжнародної наукової конференції студентів, аспірантів та молодих учених, Львів, 20-21 травня 2022 р.– Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2022.- 324 с.

До збірника увійшли тези доповідей учасників ХХІХ Міжнародної наукової конференції студентів, аспірантів та молодих учених "Актуальні проблеми функціонування господарської системи України" (Львів, 20-21 травня 2022 р.), яка проходила на економічному факультеті Львівського національного університету імені Івана Франка. Розглядаються актуальні проблеми сучасної економічної науки. Доповіді присвячені питанням функціонування національної економіки України у воєнний період в умовах посилення глобалізаційних процесів та розвитку цифровізації суспільства, проблемам фінансово-кредитного забезпечення господарської діяльності, особливостям формування системи менеджменту в Україні та інших країнах світу, аналізу соціальних проблем в умовах ринкової економіки тощо.

Для науковців, викладачів закладів вищої освіти, аспірантів та студентів.

УДК 338 (477)

Наукове видання

## **АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ**

Матеріали ХХІХ Міжнародної наукової конференції  
студентів, аспірантів та молодих учених  
Львів, 20-21 травня 2022 р.

Оригінал-макет та обкладинка *Василь Буняк*

*Тези доповідей опубліковано в авторській редакції*

Підписано до друку 15.06.2022. Папір офсет. №1. Гарнітура Times New Roman.  
Друк офсетний. Умови.друк.арк. 36,2.

Друк: Дільниця оперативного друку економічного факультету  
Львівського національного університету імені Івана Франка.  
79008 Львів, просп. Свободи, 18.