



Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції

27 березня 2024 року



Полтава
2024

ББК У012.4(4Ук)л0
УДК 330.5(477):339.9(063)
Н35

Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу керівництва
Національного університету «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка» заборонено

Редакційна колегія: Чичкало-Кондрацька І.Б., д.е.н., професор; Бакало
Н.В., к.е.н., доцент; Безрукова Н.В., к.е.н., доцент; Буряк А.А., к.е.н, доцент;
Свічкарь В.А., к.е.н., доцент; Титаренко Л.М., к.е.н., доцент

Пріоритети розвитку національної економіки в умовах глобалізації:
Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції,
27 березня 2024 року. Полтава: Національний університет «Полтавська
політехніка імені Юрія Кондратюка», 2024. 179 с.

У збірнику матеріалів III Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-
конференції розкриваються пріоритети розвитку національної економіки в
умовах глобалізації. Наукові дослідження авторів спрямовано на з'ясування та
розв'язання теоретичних і практичних проблем міжнародної економічної
діяльності України в умовах військових дій та післявоєнного відновлення;
реалізацію завдань та пріоритетів євроінтеграції України; визначення шляхів та
перспектив розвитку туризму в Україні та світі.

Збірник розраховано на науково-педагогічних працівників, аспірантів і
студентів, усіх, хто цікавиться сучасними економічними проблемами в умовах
глобалізаційних процесів.

*Матеріали друкуються мовами оригіналів.
За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідають автори.*

© Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1

МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВИХ ДІЙ ТА ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ

Васильківський Дмитро Миколайович, Журба Ігор Євгенович РОЛЬ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ У ФОРМУВАННІ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ЗВ'ЯЗКІВ	10
Вовк Ольга Миколаївна, Іванець Дмитро Володимирович ІННОВАЦІЙНА ДЕТЕРМІНАНТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ	12
Вовк Ольга Миколаївна, Косенков Денис Сергійович ТЕНДЕНЦІЇ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ УКРАЇНИ В УМОВАХ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ЕКОНОМІЧНИХ ІМПЕРАТИВІВ	14
Гречко Алла Володимирівна, Вовк Павло Петрович ТЕНДЕНЦІЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ВЕКТОРІВ ІНВЕСТУВАННЯ У СФЕРІ ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЇ ТА ІНЖИНІРИНГУ	16
Козаченко Ганна Володимирівна ПОКАЗНИКИ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ В ОЦІНЮВАННІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ	18
Косточка Інна Вікторівна ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ ПІД ЧАС ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ РОСІЙСЬКОЇ ФЕДЕРАЦІЇ НА ТЕРИТОРІЮ УКРАЇНИ	20
Чичкало-Кондрацька Ірина Борисівна ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АВСТРАЛІЇ: ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ	22
Шарій Григорій Іванович, Шарій Іван Григорович ПОТЕНЦІАЛ ОРГАНІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ, РИЗИКИ І ШЛЯХИ РОЗВИТКУ	24
Шевченко Людмила Степанівна, НОВА РЕАЛЬНІСТЬ У СФЕРІ МЕНЕДЖМЕНТУ: ВИКЛИКИ ВІЙНИ	26
Ашихміна Володимира Володимирівна, Ісаєва Ольга Миколаївна СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЗОВНІШНЬОЇ ПОЛІТИКИ ІСПАНІЇ	28
Богдан Богдан Володимирович СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ТА ДІЛОВА ЕТИКА ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ КИТАЮ	30
Буряк Альона Анатоліївна РОЛЬ МІЖНАРОДНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ У ФОРМУВАННІ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЙ МІЖНАРОДНОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ	32

Бут Руслан Анатолійович СУЧАСНИЙ СТАН І ЗАГРОЗИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ	34
Газдик Надія Романівна ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА ЗА ДОПОМОГОЮ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ	36
Галкіна Анастасія Сергіївна, Черноус Яна Василівна, Лук'янова Анастасія Юріївна ШЛЯХИ ТА ПРОБЛЕМИ ВИХОДУ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК	37
Гончарова Тетяна, Броннікова Анастасія, Андрущенко Максим ГЛОБАЛЬНИЙ МАРКЕНГ ТА ЙОГО ОСОБЛИВСТІ	39
Гребцов Вячеслав Олександрович ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В УМОВАХ СУЧАСНОГО НАУКОВО-ТЕХНІЧНОГО ПРОГРЕСУ	41
Даценюк Вероніка Олегівна, Поп Софія Леонідівна ЕКОНОМІЧНІ ВЗАЄМОВІДНОСИНИ УКРАЇНИ З США	43
Калініченко Зоя Дмитрівна ВПЛИВ ІНСТИТУЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА ТА ІНСТИТУТУ ДЕРЖАВИ НА БЕЗПЕКУ І СТАБІЛЬНІСТЬ РОЗВИТКУ	45
Кір'ян Єва Євгеніївна ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЛЮДСЬКИХ РЕСУРСІВ ЗА РАХУНОК УДОСКОНАЛЕННЯ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ НА ТУРИСТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	47
Корольова Катерина Миколаївна ЕКОНОМІЧНІ ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ УКРАЇНСЬКОЇ ЗОВНІШНЬОЇ ПОЛІТИКИ В УМОВАХ ВІЙНИ ТА ПІСЛЯКРИЗОВОГО ВІДНОВЛЕННЯ	49
Кузуб Валерія Миколаївна, Сулим Анастасія Олександрівна, Тарасенко Ольга Дмитрівна АКТУАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЗОВНІШНЬОЇ ПОЛІТИКИ І НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ НІМЕЧЧИНИ	51
Кузьменко Юлія Миколаївна ТРАНСНАЦІОНАЛЬНІ КОРПОРАЦІЇ У СУЧАСНІЙ ГЛОБАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ	53
Левченко Ірина Василівна УКРАЇНСЬКІ ОРГАНІЧНІ БРЕНДИ НА ЗАКОРДОННОМУ РИНКУ	55
Левченко Ірина Василівна, Даніленко Аліна Вікторівна EVENT-МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК	57
Лугова Валентина Юріївна ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ АЛЬТЕРНАТИВНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ У СУЧАСНІЙ ГЛОБАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ	59

Маньковський Олег Юрійович ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ	61
Новак Марія Андріївна ВЕНЧУРНИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО КОНФЛІКТУ	63
Олефір Ірина Геннадіївна, Шутко Богдана Степанівна, Резнік Юлія Геннадіївна МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВИХ ДІЙ ТА ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ	65
Орленко Ростислав Володимирович ПРОГНОЗИ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ КРИПТОВАЛЮТ У 2024 РОЦІ	67
Охрименко Володимир Олегович СУЧАСНІ СТРАТЕГІЇ ОСВОЄННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ЗОВНІШНІХ РИНКІВ	69
Пазиніч Ольга Валентинівна ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНТНОЇ ПОВЕДІНКИ СУБ'ЄКТІВ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН У СУЧАСНИХ РЕАЛІЯХ	71
Потькало Катерина Олегівна, Ширмовська Тамара Олександрівна ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ УКРАЇНИ З ІНШИМИ ДЕРЖАВАМИ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВИХ ДІЙ ТА ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ	73
Путінцева Ганна Костянтинівна РОЛЬ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ НА СВІТОВОМУ ФІНАНСОВОМУ РИНКУ	75
Ряба Карина Володимирівна ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ ЛОГІСТИКИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	77
Сербін Сергій Анатолійович, Коломієць Олександра Сергіївна, Коренко Артем Іванович ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	78
Степаненко Олег Анатолійович МЕХАНІЗМИ РЕГУЛЮВАННЯ МІЖНАРОДНОЇ ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ	79
Степічєва Ольга Віталіївна ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО ДЕРЖАВ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ РЕЦЕСІЇ	81
Титаренко Любов Михайлівна, Амеліна Єлизавета Валеріївна РЕГУЛЮВАННЯ МІГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УМОВАХ ВІЙНИ	83
Черкаська Дана Андріївна СОЦІАЛЬНО-ЕКОЛОГІЧНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ	85

Шуляк Валерія Олександрівна ЕКОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ	87
---	----

СЕКЦІЯ 2

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

Вождаєнко Валентина Володимирівна АКТУАЛЬНІСТЬ ТУРИСТИЧНИХ ПОДОРОЖЕЙ ДЛЯ ВІДНОВЛЕННЯ МЕНТАЛЬНОГО ЗДОРОВ'Я УКРАЇНЦІВ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ	89
Моргулець Оксана Борисівна, Міхєнко Юлія Володимирівна РОЗВИТОК ЕКОТУРИЗМУ В УКРАЇНІ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ	91
Пархоменко Наталія Миколаївна, Бакало Надія Віталіївна РЕГІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ НА ЧЕРКАЩИНІ	93
Алешугіна Наталія Олександрівна, Зеленська Олена Олександрівна ДОМОВЕ РІЗЬБЛЕННЯ ЧЕРНІГОВА ЯК ЧАСТИНА НЕМАТЕРІАЛЬНОЇ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ РЕГІОНУ	95
Андрієць Дмитро Ігорович РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В КАНАДІ	97
Бакало Надія Віталіївна, Баїрамова Калінат Шакірівна ВПЛИВ КУЛЬТУРИ І СУБКУЛЬТУРИ НА ПРОЦЕС СПОЖИВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	99
Белозьорова Діана Олександрівна, Батрак Карина Юріївна, Процьотова Катерина Ігорівна РОЗВИТОК ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	101
Борисенко Катерина Олександрівна, Маховка Вікторія Михайлівна, ОБґРУНТУВАННЯ МІСЦЯ «ТЕМНОГО» ТУРИЗМУ В ПІРАМІДІ ПОТРЕБ МАСЛОУ	103
Водолага Ірина Сергіївна ПРИРОДНІ РЕСУРСИ І РЕКРЕАЦІЙНІ КОМПЛЕКСИ США	105
Глушко Максим Олександрович ТУРИСТИЧНА СФЕРА ІЗРАЇЛЮ: ПРОБЛЕМИ ТА ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ	106
Дерев'янка Людмила Сергіївна ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ АЛБАНІЇ	108
Запорожченко Ксенія Володимирівна ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ У ПОЛЬЩІ ПІСЛЯ ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ	109
Золотарьов Микита Олександрович ОСОБЛИВОСТІ ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В ШВЕЙЦАРІЇ	111
Зубенко Вікторія Русланівна НАЦІОНАЛЬНО-ТУРИСТИЧНА СИСТЕМА ДАНІЇ	113
Кастирова Віра Афанасіївна ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК МІЖ КУПІВЕЛЬНИМИ ЗВИЧКАМИ ТУРИСТІВ ТА ЕКОТУРИЗМОМ	115

Коптєва Тетяна Сергіївна ДВОЯРУСНЕВІ ГІРНИЧОПРОМИСЛОВІ ЛАНДШАФТИ КРИВОРІЗЬКОЇ ЛАНДШАФТНО-ТЕХНІЧНОЇ СИСТЕМИ У СФЕРІ ТУРИЗМУ	117
Куліш Марія Вікторівна ВІДМІННІ ОСОБЛИВОСТІ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ПОПУЛЯРНИХ ГОТЕЛІВ ВІДПОЧИНКУ В ОАЕ	119
Левченко Ірина Василівна, Стародубцева Вероніка Ярославівна СУЧАСНІ СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ	121
Маховка Вікторія Михайлівна, Календарь Наталія Володимирівна РОЛЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОБ'ЄКТІВ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ В ТУРИЗМІ	123
Мотуленко Аліна Сергіївна, Романюк Марія Олександрівна, Корнюшенко Тетяна Сергіївна СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ У ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД	125
Робоча Катерина Олексіївна СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ДОСЯГНЕННЯ У СФЕРІ ТУРИЗМУ	127
Степанова Стефанія Олегівна ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНІ ТРАДИЦІЇ ІСПАНІЇ ЯК БАЗА ОРГАНІЗАЦІЇ РОЗВИТКУ ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ	128
Трипутень Анастасія Олександрівна ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА ЯПОНІЇ	129
Чичкало-Кондрацька Ірина Борисівна, Филипась Тетяна Костянтинівна ДІЛОВИЙ ТУРИЗМ ЯК ЕФЕКТИВНА СФЕРА МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ	131
Хурса Віктор Валерійович ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА ТУРИСТИЧНУ ІНДУСТРІЮ УКРАЇНИ	133
Штанько Володимир Дмитрович ХАРАКТЕРИСТИКА ГОТЕЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ФРАНЦІЇ	135

СЕКЦІЯ 3

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ВИБІР УКРАЇНИ: ЗАВДАННЯ ТА ПРІОРИТЕТИ

Чичкало-Кондрацька Ірина Борисівна, Довгаль Катерина Станіславівна ЄВРОІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ	137
Азаров Артем Владиславович, Ісаєв Нік Романович, Тимошик Юлія Миколаївна РЕАЛІЗАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНИХ ІНТЕРЕСІВ УКРАЇНИ НА ШЛЯХУ ДО ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ	139
Aleksandrova Anna, Krutko Svetlana, Pashko Maria ENVIRONMENTAL POLICY OF THE COUNTRIES OF THE EUROPEAN UNION: DEVELOPMENT AND ACHIEVEMENTS	141

Безрукова Наталія Валеріївна, Кушніренко Єлизавета Віталіївна ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ВИБІР УКРАЇНИ:ЗАВДАННЯ ТА ПРІОРИТЕТИ	143
Безсмертна Валерія В'ячеславівна ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ В СИСТЕМІ ЄВРОПЕЙСЬКОМУ РИНКУ	145
Golubyskyi Artem, Herashchenko Dmytro ENVIRONMENTAL REFORMS OF UKRAINE ON THE WAY TO THE EU	147
Зайцева Марія Євгеніївна МОТИВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ	149
Красун Яна Андріївна ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ВИКОРИСТАННЯ КЛАСТЕРІВ ДЛЯ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ	151
Костенко Марина Ігорівна, Наливайко Марія Андріївна МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ УКРАЇНИ З ВЕЛИКОЮ БРИТАНІЄЮ	153
Кошій Володимир Романович СУЧАСНІ ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В ЄВРОПІ	155
Лашко Вікторія Леонідівна КРОС-КУЛЬТУРНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ЄВРОПЕЙСЬКИХ КОМПАНІЯХ	157
Левченко Ірина Василівна, Сокол Марія Володимирівна ДОСВІД ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ ЗАХОДІВ В ЕКОЛОГІЧНІЙ СФЕРІ У КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ	159
Одинець Єва Вадимівна, Ширяєва Анастасія Олександрівна, Лісунов Ілля Ігорович СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ УКРАЇНСЬКОЇ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ	161
Пальчик Тетяна Анатоліївна ЄВРОПЕЙСЬКІ ТРЕНДИ У СФЕРІ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ	163
Петрова Діана Володимирівна, Хохлов Родіон Едуардович, Титенко Анастасія Сергіївна УКРАЇНА – ЄС: ВІД ПАРТНЕРСТВА ДО АСОЦІАЦІЇ	165
Свічкарь Віталій Анатолійович, Шостак Руслан Олександрович ЕКОНОМІЧНА ПІДТРИМКА УКРАЇНИ ЄВРОСОЮЗОМ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	167
Семух Даниїл Романович ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ОРГАНІЗАЦІЇ ФРАНЧАЙЗИНГУ	169
Сергієнко Тамара Анатоліївна, Педан Михайло Олександрович, Туренко Вікторія Юріївна СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ СПІВПРАЦІ УКРАЇНИ З КРАЇНАМИ ЄС	171
Терещенко Кароліна Юріївна В УМОВАХ СУЧАСНОЇ РЕГІОНАЛІЗАЦІЇ: ДОСВІД ЄС	173

Титаренко Любов Михайлівна, Гаркуша Данило Іванович, Охоцький Михайло Євгенович КОН'ЮНКТУРНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО АГРАРНОГО СЕКТОРА: ІНТЕГРАЦІЙНІ ВИКЛИКИ	175
Титаренко Любов Михайлівна КУЛЬТУРА БІЗНЕСУ ЯК ЕЛЕМЕНТ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ ЗА УМОВ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ	177

СЕКЦІЯ 1
МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ УКРАЇНИ В УМОВАХ
ВІЙСЬКОВИХ ДІЙ ТА ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ

УДК 339.9

Васильківський Дмитро Миколайович,
доктор економічних наук, професор
Журба Ігор Євгенович,
доктор економічних наук, професор
Хмельницький національний університет

РОЛЬ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ У ФОРМУВАННІ МІЖНАРОДНИХ
ЕКОНОМІЧНИХ ЗВ'ЯЗКІВ

Довгий час глобалізацію вважали невідворотним процесом, який спричиняє збільшення взаємодій та залежностей між країнами. Погляди науковців на цей процес значно відрізняються, де поряд з позитивними аспектами глобалізації та збільшенням можливостей для національних економік, також вказують на негативні наслідки, включно з несправедливим розподілом користі серед країн на різних етапах розвитку та зростанням залежності менш розвинених держав.

В академічних дослідженнях глобалізація визначається як ключова характеристика сучасності, що сприяє збільшенню взаємодії та мобільності на глобальному рівні. Вона визначається як основний фактор у формуванні міжнародного ладу, впливаючи на всі аспекти життя. У дослідженні розглядається вплив глобалізації на національну ідентичність на прикладі України, та надання Україні статусу кандидата у члени Європейського Союзу розглядається як перший крок її трансформації в умовах глобалізації [1].

Дослідження впливу конфлікту в Україні на міжнародні інтеграційні процеси залучає вчених не тільки з України. Е. Орхан підкреслив, що російське вторгнення в Україну призвело до великої гуманітарної кризи та зруйнувало стабільність у світовій геополітиці. Конфлікт спонукав до тривоги через його негативний вплив на глобальне економічне зростання, торкаючись таких аспектів як фінансові ринки, товарні ринки, торгівлю, міграційні потоки та довіру між країнами [3].

Вплив війни на світову економіку найбільше проявляється через фінансові санкції, перебої в глобальних ланцюгах поставок та зростання цін на сировину. Аналізуючи роль України в глобалізаційних процесах, слід згадати її позицію в індексі глобалізації KOF та динаміку цього індексу серед світових країн. (рис. 1).

Значення KOF Globalisation Index для України продемонструвало суттєве зростання за роки незалежності, досягнувши 73 балів у 2021 році (у 1991 році це значення складало лише 32 бали). Це вказує на активну участь країни у процесах глобалізації.

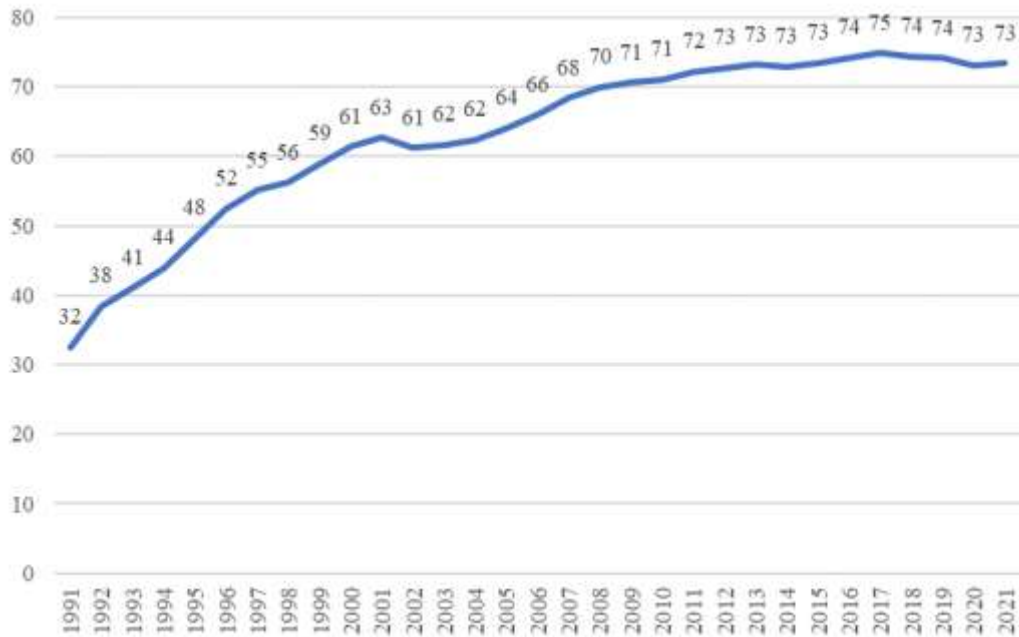


Рис. 1. Динаміка KOF Globalisation Index для України за період з 1991 по 2021 рр. [3]

У наукових дослідженнях часто обговорюється процес регіоналізації поряд з глобалізацією, який означає посилення зв'язків та співпраці між країнами в межах конкретних регіонів, а також зближення їхніх національних економік. Багато держав прагнуть до інтеграції у регіональні співтовариства, такі як Європейський Союз чи НАТО.

За результатами аналізу, можна констатувати, що сучасні міжнародні економічні відносини формуються під дією складних і часто протилежних процесів, включаючи глобалізацію, деглобалізацію та регіоналізацію. Економіка України, як країни в стадії розвитку, відчуває змішані наслідки цих динамік, що ведуть до різних результатів, від вигод та переваг до втрат, пропущених шансів і збільшення залежності.

Список використаних джерел

1. Бевз Т. Вплив глобалізації на утвердження національної ідентичності в умовах війни: виклики і загрози. Українознавство. 2022. № 3 (84). С. 8–26. DOI: [https://doi.org/10.30840/2413-7065.3\(84\).2022.263588](https://doi.org/10.30840/2413-7065.3(84).2022.263588) (дата звернення: 10.01.2024).
2. Ahmedov I. The impact of digital economy on international trade. European Journal of Business and Management Research. 2020. Vol. 5. No. 4. URL: <https://www.ejbmr.org/index.php/ejbmr/article/view/389> (дата звернення: 10.01.2024).
3. Orhan E. The effects of the Russia-Ukraine war on global trade. Journal of International Trade, Logistics and Law. 2022. Vol. 8. No. 1. P. 141–146. URL: <http://jital.org/index.php/jital/article/view/277/0> (дата звернення: 10.01.2024).

Вовк Ольга Миколаївна,
докторка економічних наук, професорка
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут ім. І.Сікорського»
Іванець Дмитро Володимирович
аспірант,
Національний авіаційний університет, м.Київ

ІННОВАЦІЙНА ДЕТЕРМІНАНТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ

Довготривала війна в Україні сформувала деструктивні й стійкі впливи на динаміку розвитку економіки, високий рівень інвестиційного ризику та загрози збереженню конкурентних позицій за багатьма сферами діяльності. За оцінкою Світового банку, лише після повномасштабного вторгнення у лютому 2022 року українська економіка втратила близько 6,3 млрд дол., при цьому зруйновано близько 20% виробничих активів підприємств, а 70% бізнесу втратила дохідність[1] Проте з 2021 року і до сьогодні зберігають економічну діяльність близько 97% об'єктів господарювання, і, незважаючи на падіння обсягів продажів на внутрішньому ринку на 56 %, зайнятість населення впала лише на 26% [1]. Станом на грудень грудні 2023 року ООН, Світового банку, Уряду України у звіті зазначають вартість прямих втрат у розмірі 152 млрд дол., а потреби у відновленні досягають 499 млрд дол лише за період повномасштабного вторгнення [2]. Київська школа економіки (KSE) з Центром економічних стратегій (CES) станом на березень 2024 р. оцінюють сукупні втрати української економіки на рівні 543-600 млрд дол. [3]. Відповідно актуалізується не лише пошук інвестицій на шляхів активізації потенціалу для відновлення, а й стає домінуючим принцип інноваційності модернізації підприємств при їх відбудові.

Як зазначено вище, попри деструктивні впливи національна економіка зберігає стійкість, робочі місця та ділову активність. Так, попри прогнози Світового банку щодо зниження ВВП України в 2022 році на 45,1 % національна економіка продемонструвала зниження на 29,1% при цьому прогноз на 2023 рік був на рівні 4,8%, 2024 – 3,2% , а 2025 – 6,% [4]. Відповідно конкурентоспроможність українських підприємств також зростатиме, попри невизначеність термінів завершення війни. В описаних умовах постає потреба у формалізації факторів, котрі визначають детермінізм інновацій при забезпеченні конкурентоспроможності українських підприємств:

- по-перше, економічна самостійність, низький рівень залучення кредитних ресурсів та накопичений економічний потенціал дозволи зберегти персонал та корпоративну культуру, а також внутрішні резерви на фінансову підтримку активів.

- по-друге, активізація світових грантодавців, інвесторів у підтримці малого і середнього бізнесу, допомога у релокації та відновленні виробничих потужностей українським підприємствам, працевлаштування вимушених переселенців зберегли цілісність економічної системи попри додаткові бюджетні навантаження;

- по-третє, інноваційна активність креативних індустрій української економіки на світових ринках дозволило в 2022-2023 р.р. зберегти прибутковість цієї сфери та принесло у бюджет України значні доходи, при цьому досвід збереження стійкості банківського сектору з початку війни 2014 року забезпечив фінансову стабільність національній економіці;

- залишаючись найбільшою країною в масштабах ЄС, зберігаючи конкурентні позиції на окремих світових ринках (наприклад, аграрної продукції) українські підприємства отримали можливості перебудувати логістичні шляхи, експортні орієнтири на нові ринки збуту, що потребує подальшої модернізації та сертифікації за вимогами якості й інноваційності;

- обмеженість ресурсів, особливо фінансових та енергетичних, спровокували прискорення процесів освоєння енергозберігаючих інновацій, інжинірингових технологій раціоналізації виробництва, посилення цифровізації та кіберзахисту, що в сукупності здешевлює виробництво та надає екологічності продукції.

Окреслені виклики активізували внутрішні резерви українських підприємств для посилення конкурентних позицій, подолання військових загроз та превентивного уникнення економічних ризиків шляхом впровадження інноваційних технологій, пошуку інноваційних рішень та їх поширення, що в подальшому матиме стратегічне значення у прискоренні розвитку та формуванні нових конкурентних переваг на світових ринках.

Список використаних джерел

1. Ukraine: Firms through the War. URL: <https://openknowledge.worldbank.org/server/api/core/bitstreams/56478284-da0c-4f4d-ac9c-10d12870564e/content> (дата звернення: 20.03.2024)

2. UKRAINE Third Rapid Damage and Needs Assessment (RDNA3) February 2022 – December 2023 URL: <https://ukraine.un.org/sites/default/files/2024-02/UA%20RDNA3%20report%20EN.pdf> (дата звернення: 20.03.2024)

3. Аналітичний звіт Київської школи економіки. URL: <https://kse.ua/ua/about-the-school/news/zbitki-naneseni-infrastrukturi-ukrayini-v-hodi-viyini-skladayut-mayzhe-63-mlrd/>. (дата звернення: 20.03.2024)

4. Сайт Світового банку URL: <https://www.worldbank.org/uk/country/ukraine> . (дата звернення: 20.03.2024).

Вовк Ольга Миколаївна,
 докторка економічних наук, професорка
 Національний технічний університет України
 «Київський політехнічний інститут ім. І.Сікорського»
Косенков Денис Сергійович
 аспірант,
 Національний авіаційний університет, м.Київ

ТЕНДЕНЦІ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ УКРАЇНИ В УМОВАХ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ЕКОНОМІЧНИХ ІМПЕРАТИВІВ

Стрімкий розвиток технологій цифровізації та інтелектуалізації, котрі потребують інноваційних підходів та рішень, спровокував потреби у інституційному врегулюванні та методичному забезпеченні аналітико-статистичної діяльності в сфері інноваційної активності об'єктів господарювання. Відповідно на сьогодні існує значна кількість оціночних індексів, що враховують показники інноваційної діяльності як на мікро- так і на мезо- та макро- рівнях. До найвідоміших між ними можемо віднести Глобальний індекс інновацій, Індекс глобальної конкурентоспроможності, Європейське інноваційне табло.

Згідно останніх досліджень за Глобальним індексом інновацій (табл. 1) Україна у 2023 році займала 55 місце із 60 представлених у рейтингу держав, тим самим продемонструвавши збереження та стійкість інноваційного вектору відбудови деокупованих територій та збереження інтелектуального капіталу в національній економіці.

Таблиця 1

Зведення результатів України у міжнародних індексах, що відображають показники інноваційного розвитку, рейтингові місця

Показник	Роки								
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Глобальний індекс інновацій (Global Innovation Index)	64	56	56	56	53	45	49	57	55
Індекс глобальної конкурентоспроможності (Global Competitiveness Index)	76	79	91	91	74	76	66	49	*
Європейське інноваційне табло (European scoreboard innovation)	35	35	35	36	36	33	34	31	31

Джерело: складено авторами за [1,2]

*Україну не включено до рейтингів

Глобальний індекс інновацій складається із сукупності показників до яких відносять: продуктивність праці, рівень витрат на дослідження та розробки у ВВП, технологічні можливості країни, ефективність вищої освіти, кількість високотехнологічних підприємств, патентна активність, концентрація дослідників в країні. Так, у 2019 році Україна зайняла останнє місце в рейтингу за показником продуктивності праці, що свідчить про низький рівень застосування технологій та виробництво товарів і послуг з низькою доданою вартістю. За технологічними можливостями Україна в 2020 р. посідає 58 місце, а за рівнем витрат на дослідження й розробки у валовому внутрішньому продукті – 54 місце. Водночас у 2019 році Україна займає 28 місце за ефективністю вищої освіти, проте слід зауважити, що за даним показником у 2018 році Україна «скотилась» із 4 місця (2017 р.) до 21. Стабільними показниками України даного індексу залишаються 35 місце за патентною активністю та 35 місце за кількістю високотехнологічних підприємств, що свідчить про наявний потенціал до розвитку. Концентрація дослідників у 2019 році – 48 місце, що в динаміці з кожним роком погіршується, що пов'язано із відтоком дослідників за кордон у зв'язку із якіснішими умовами праці та вищим рівнем заробітної плати. При цьому за інформацією від щодо динамічності інтелектуалізації та патентного захисту у військових реаліях української економіки спостерігається зростання на 44% в 2023 році кількості поданих заяв на оформлення патентного захисту інноваційним продуктам, у порівнянні із 2022 роком [3].

Окрім збереження інноваційної активності, що дозволяє модернізувати об'єкти української економіки, варто акцентувати увагу і на ратифікацію європейських норм регулювання, зокрема, в 2023 році було представлено Глобальну інноваційну візію України. Основні положення візії базуються на імплементації норм ЄС: входження до міжнародної організації SME Fund, прийнятті та поширенні в ЄС унітарної патентної системи, що визнається на усій території ЄС та видається в єдиній організації - European Patent Office. Такі події прискорюють визнання українських імперативів інноваційної діяльності, їх відповідність міжнародному праву та конкурентоспроможність інновацій на міжнародних ринках.

Список використаних джерел

1. Інформаційні матеріали щодо стану інноваційної діяльності. Міністерство економіки України. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Print?lang=uk-UA&id=69b9a9bf-5fbc-4035-8c0f-ac26b853c0eb> (дата звернення 20.03.2024)
2. Вовк О.М. Детермінанти модернізації підприємств інфраструктурної сфери: теорія, методологія, практика. Київ, ФОП Маслаков, 2020. 480 с.
3. Підсумки року 2023 – перспективи 2024 у сфері інтелектуальної власності. Аналітична доповідь ГО «IPSTYLE». URL: <https://ipstyle.ua/pidsumky-roku-2023-perspektyvy-2024-u-sferi-intelektualnoi-vlasnosti/> (дата звернення 20.03.2024)

Гречко Алла Володимирівна,
докторка економічних наук, професорка
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут ім. І.Сікорського»

Вовк Павло Петрович
аспірант,
Національний авіаційний університет, м.Київ

ТЕНДЕНЦІЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ВЕКТОРІВ ІНВЕСТУВАННЯ У СФЕРІ ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЇ ТА ІНЖИНІРИНГУ

Світова економічна система поступово відновлює темпи зростання, активізуючи попандемічні інвестиційні фонди, накопичені ресурси та потенціал. Вимушені локдауни більшості галузей транспортної та виробничої сфер економіки, зупинка транспортно-логістичних зв'язків між національними економічними системами, і поряд з тим, прискорення цифрових комунікацій, зростання цифрових ринків, збільшення споживання ресурсів та електроенергії, формування нових потреб у інформаційних продуктах та технологіях їх створення/поширення спровокували переорієнтацію інвестиційного капіталу. Тренди інвестування в інтелектуалізацію та інжиніринг креативних індустрій через венчурні фонди та start-up проекти в 2023 році засвідчили наступні структурні зміни в сфері інтелектуалізації економічних систем [1-3]:

- високий рівень ризику в інвестуванні гарантує збитковість: гіршепочікування призвели до втрати капіталу за 3200 венчурними проектами лише у сфері штучного інтелекту;

- пріоритетні вектори інвестування: цифровізація та інтелектуалізація у tech-індустрії та military tech;

- попри популярність ІТ-сфери для інвестування, високим є ризик втрати інвестицій через фінансову та ресурсну настійкість проектів, порушення інтелектуальної власності, динамічність зміни потреб споживачів та появи схожих технологій;

- зацікавленість інвесторів посилюється дефіцитом ресурсів, особливо енергетичних, а тому прогнозується в 2024 році зростання проєктів з розробки інноваційної продукції, що орієнтована на ресурсозбереження, екологічність;

- конкурентоспроможність та стійкість забезпечується інжинірингом start-up проєктів, що гарантує якісну оцінку ефективності та ризиків, а тому після постпадземічного ажіотажу інвестори будуть більш детально вивчати об'єкти інвестування.

Описані тенденції свідчать про необхідність наукового обґрунтування методичного інструментарію для детального аналізу ефективності інвестицій у інжиніринговій сфері економіки [4]. Обґрунтованість інвестиційних стратегій, механізмів прийняття рішень щодо доцільності вкладення капіталу в інтелектуалізацію економічних систем в тенденціях активізації венчурних фондів, прискорення економічного зростання світової економіки та переходу до індустрії 5.0 визначають домінування або занепад окремих сфер економіки, пріоретизацію інжинірингу в креативних індустріях, галузях цифрової економіки та циркулярного, екологічно-орієнтованого виробництва.

Список використаних джерел:

1. Here's (Almost) Everything Wall Street Expects in 2024 URL: <https://www.bloomberg.com/graphics/2024-investment-outlooks/>. (дата звернення 19.03.2024)

2. 2024 Venture Capital Trends to Watch URL: <https://esoftskills.com/fs/venture-capital-trends/> (дата звернення 19.03.2024)

3. More than 40 investors share their top predictions for 2024 URL: <https://techcrunch.com/2023/12/28/40-investor-predictions-for-2024/> (дата звернення 19.03.2024)

4. Вовк О.М., Вовк П.П. Міжнародний досвід інвестиційно-інноваційних відносин при формуванні ринків інжинірингових послуг. Цифрова економіка та економічна безпека. 2022. Вип. 2(02). URL: <http://dees.iei.od.ua/index.php/journal/article/view/72>

Козаченко Ганна Володимирівна
докторка економічних наук, професорка
Національна академія внутрішніх справ, м. Київ

ПОКАЗНИКИ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ В ОЦІНЮВАННІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ

Поширеною формою міжнародних економічних відносин є експорт та імпорт товарів й послуг, співвідношення між якими не лише впливає на економічний розвиток країни, але й визначає місце її економіки у світовій економічній системі та забезпечує прийнятний рівень економічної безпеки держави. В умовах глобалізованої економіки стан експортно-імпортних операцій набуває великого значення у характеристиці економічної безпеки держави.

В оцінюванні стану експортно-імпортних операцій у контексті економічної безпеки держави доцільно використати сукупність показників, що розраховуються за величиною сальдо зовнішньоторговельного балансу держави: динаміка імпорту та експорту, коефіцієнт покриття імпорту експортом, співвідношення товарних експортно-імпортних потоків та експортно-імпортних потоків з послуг. Такий підхід дозволить подолати обмеженості використовуваного функціонального підходу за Методичними рекомендаціями щодо розрахунку рівня економічної безпеки України 2013 р., головна з яких полягає в автономному розгляді цієї умови розвитку національної економіки, тобто поза контекстом її позицій у світовій економіці.

За даними Міністерства фінансів України, протягом 2005-2021 рр. сальдо зовнішньоторговельного балансу було від'ємним (за винятком 2005 р. зі значенням +0,8% ВВП), досягнувши максимуму у 2016 р. (-8,6% ВВП) [1]. Тобто імпорт в Україну у зазначені роки хронічно випереджав експорт, а їх різниця у середньому сягнула майже 6% ВВП. При цьому динаміка імпорту значно випереджала динаміку експорту. Від'ємне сальдо зовнішньоторговельного балансу призводить до відтоку валюти з України, що за інших рівних умов становить загрозу національній економіці.

За значенням сальдо зовнішньоторговельного балансу та похідних від нього показників можна зробити висновок про значне «просідання» економічної безпеки національної економіки у світовій економіці у передвоєнні 15 років. Але такий висновок має супроводжуватися аналізом товарної структури імпорту та експорту України.

За останні 10 років у світовій економіці Україна відома як виробник та постачальник продукції з низькою доданою вартістю, переважною мірою

сировинної та низькотехнологічної продукції (сільськогосподарська продукція рослинного походження (пшениця, кукурудза, ячмінь, жито, овочі і фрукти), метал низьких переділів, олія як продукт переробки, цукор, кондитерські вироби, борошномельна продукція). Кількість позицій товарного експорту України з відносно високою доданою вартістю невелика: спецтехніка, яка використовується у засніжених зимових умовах (Канада), запчастини до вагонів і локомотивів (країни ЄС), продукція меблевої галузі. У структурі послуг домінували транспортні послуги, сфера ІТ-технологій та комунікаційних послуг, сфера будівництва, послуги з ремонту й технічного обслуговування [2].

До воєнного 2022 р. у структурі товарного імпорту переважали машини, устаткування та транспорт, паливно-енергетичні товари та продукція хімічної промисловості, а основними позиціями українського імпорту послуг були транспортні послуги, послуги, пов'язані з подорожами та ділові послуги [2].

Зрозуміло, що у воєнні 2022-2023 рр. сальдо зовнішньоторговельного балансу України та похідні від нього показники погіршилися з цілком зрозумілих причин. У 2023 році з України експортували товарів на \$36 млрд, а імпортували – на \$63,5 млрд. Товарний експорт зменшувався другий рік поспіль: у 2021 р. експорт товарів з України сягнув \$68,2 млрд, у 2022 р. – \$44,2 млрд. Ключовими категоріями товарного експорту України стали продовольство (здебільшого зерно) та метали, які вкрай залежать від легкості логістики [3].

Отже, за значенням сальдо зовнішньоторговельного балансу та похідних від нього показників є підстави стверджувати про явно недостатній рівень економічної безпеки економіки України у період 2005-2021 рр. через несталу позицію у світовій економіці. Адже ціни на імпортовані товарні позиції нестабільні та мінливі, прибуток на імпортовані товари залежить від масштабу виробництва, конкурентна позиція на світовому ринку нестійка через високу енергоємність виробництва, поступового зростання вартості природних ресурсів і робочої сили.

Список використаних джерел

1. Експорт та імпорт України. Міністерство фінансів України. <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/gdp/eximp/>
2. Товарна структура зовнішньої торгівлі України. Держстат України. URL: https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2023/zd/tszt/arh_tszt2023_u.html
3. Самойлюк М., Левченко Є. Економіка України у 2023 році: головне. URL: <https://ces.org.ua/ukrainian-economy-in-2023-tracker-overview/#:~:text=%D0%A3%202023%20%D1%80%D0%BE%D1%86%D1%96%20%D0%B7%20%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D0%B8,2022%20%E2%80%94%20%2444%2C2%20%D0%BC%D0%BB%D1%80%D0%B4>.

Косточка Інна Вікторівна,

заступник начальника управління – начальник відділу міжнародного співробітництва та залучення інвестицій Департаменту економічного розвитку, торгівлі та залучення інвестицій Полтавської ОВА

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ ПІД ЧАС ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ РОСІЙСЬКОЇ ФЕДЕРАЦІЇ НА ТЕРИТОРІЮ УКРАЇНИ

Полтавщина – тилова область, але й знаходиться недалеко від зони ведення бойових дій. Область має потужну індустріальну базу, вагомий аграрний потенціал, висококваліфіковані трудові ресурси, багату культурну та історичну спадщину.

Протягом 2022 року відбулось значне зниження накопичених обсягів прямих іноземних інвестицій в економіці Полтавської області – майже на 45 % в порівнянні з довоєнним періодом. Накопичений обсяг ПІІ склав 1,7 млрд дол. США станом на кінець 2022 року. Незважаючи на значне зниження Полтавщина займає 3 місце серед регіонів України за цим показником. Переважна їх більшість сконцентрована у статутних капіталах підприємств промислового сектору регіону, а саме галузі добувної промисловості і розроблення кар'єрів – 83%.

Полтавщина належить до регіонів з розвинутою індустріальною базою, потужним ресурсним потенціалом та продовжує бути досить активним регіоном у зовнішній торгівлі, що входить до 10 регіонів-лідерів за обсягами експортної торгівлі українською продукцією на закордонних ринках. За підсумками 2023 року вартісна частина регіонального експорту становить 4,0% від загальноукраїнського обсягу експорту товарів на закордонні ринки (2022 рік – 4,2%, 2021 рік – 4,7%).

Товаровиробники Полтавщини нині працюють у надскладних умовах воєнного часу, в наслідок чого відбулося поступове зниження показників розвитку зовнішньої торгівлі області. Оборот зовнішньої торгівлі товарів області з країнами світу за підсумками 2023 року склав 2,36 млрд. дол. США, що на 23,3% менше показника 2022 року. При цьому, у 2022 року оборот зовнішньої торгівлі знизився майже на 40% відносно попереднього.

За підсумками 2023 року є тенденція до зростання кількості країн-торговельних партнерів, з якими область здійснює зовнішньоторговельні операції. Так, у 2023 році підприємства проводили зовнішньоторговельні операції із партнерами зі 136 країн світу, тоді як у 2022 році – із партнерами 131 країни світу, у 2021 році – зі 143 країнами світу.

Обсяг експорту товарів у 2023 році становив 1433,2 млн. дол. США та знизився на 23,2% відносно 2022 року. При цьому, у 2022 році обсяг експорту товарів знизився на 41,5% порівняно із довоєнним 2021 роком, який був в цілому рекордним за обсягами експорту.

Наразі необхідно прискорити розвиток переробної промисловості в області. Актуальним для області є збільшення у структурі економіки частки високотехнологічних та інноваційних виробництв з високою доданою вартістю – підприємств переробної промисловості. Адже саме переробна промисловість повинна стати ключовим у плані відновлення як області, так і країни після закінчення війни.

Особливо в мовах військового стану актуальним питанням є залучення інвестиційних ресурсів в область та до територіальних громад зокрема. Це, в свою чергу, допоможе створити нові робочі місця, покращити інфраструктуру, забезпечить наповнення бюджету, а відтак – і забезпечить розвиток громади в цілому.

Одним із маркетингових інструментів залучення інвестиційних ресурсів, який рекомендовано розробляти територіальним громадам, є інвестиційні паспорти територіальних громад. Інвестиційний паспорт Полтавської області оновлено на початку 2023 року.

Ще одним інструментом для залучення ресурсів є формування, ведення та верифікація баз даних, які є основним джерелом інформації для інвестора, зокрема база земельних ділянок „Greenfield”. На сьогодні база даних містить близько 200 земельних ділянок різних за площею.

Ефективним інструментом залучення ресурсів в економіку як громад, так і області є створення та розвиток індустріальних парків – промислових майданчиків, облаштованих відповідною інфраструктурою. Для громади – це перш за все створення робочих місць, активізація господарської діяльності та забезпечення соціально-економічного розвитку її території. Наразі на території Полтавської області створено 2 індустріальні парки в аграрній сфері: „Ланнівський” (з 2017 року), „СМАРТ ТЕХ ІНДАСТРІ” (з 2024 року). Наразі активно працюють над створенням індустріальних парків Полтавська міська та Терешківська сільська громади.

Ще одним ефективним механізмом для розвитку економіки області є міжнародне співробітництво. Розвиток міжнародної співпраці та встановлення партнерських зв'язків з іноземними містами – це взаємовигідне співробітництво у різних сферах, залучення кращих практик для розвитку, підтримка України на міжнародному рівні. 12 територіальних громад області співпрацюють із 40 представниками органів місцевого самоврядування з 18 іноземних країн, з якими розвивають міжрегіональні відносини на основі укладених двосторонніх документів про партнерство.

Тож резюмуючи, варто зазначити, що економічна ситуація складна, дивлячись на умови, що ми маємо через повномасштабне вторгнення російської федерації на територію нашої країни. Але Полтавщина має потенціал до відновлення та розвитку економіки області.

Чичкало-Кондрацька Ірина Борисівна,

докторка економічних наук, професорка,

Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АВСТРАЛІЇ: ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ

Необхідність забезпечення подальшого сталого розвитку економіки Австралії сприяла пошуку нових напрямів розвитку, орієнтованих на інновації та науково-технологічне оновлення. Досвід цієї країни може бути корисним для формування і реалізації стратегії інноваційного розвитку України.

Протягом десятиліть рівень витрат на НДДКР в Австралії був невисоким. Однак на початку 2000-х років країна змогла вийти на середній для розвинутих країн показник, головним чином, за рахунок розвитку корпоративного та академічного секторів. У результаті з 2005 р. продуктивність праці в Австралії стала зростати швидше, ніж в інших країнах ОЕСР, хоча дещо збільшилася нерівність доходів населення.

У 2008–2009 роках Австралія увійшла до країн ОЕСР, які показали найбільше зростання державних витрат на НДДКР – 14% [1, сс. 1-3]. Сьогодні за сукупними витратами на НДДКР Австралія вже випереджає більшість країн Азії та ЄС-27. Понад половину (55%) всіх НДДКР здійснюють компанії, 15% припадає на державні дослідні центри та лабораторії, а 30% – на наукові та освітні установи. До 2020 р. сукупні витрати країни на НДДКР перевищили 2% ВВП країни та 1,8% загальносвітових витрат на ці цілі [2].

Майбутнє уряд країни бачить у розвитку цифрової економіки. Очікується, що завдяки цифровізації до 2025 р. ВВП Австрії збільшиться на суму від 140 до 250 млрд австр. дол., тобто темп зростання щорічно підвищуватиметься на 1,2% [3, с. 14].

У 2023 р. у глобальному інноваційному індексі Австралія займала 24-е місце за дослідницькою активністю, а також за співпрацею університетів і промисловості в галузі досліджень і розробок, 34-е – за ефективністю інноваційної діяльності і лише 54-те – за впровадженням інновацій [4]. Країна має високі компетенції в ряді наук, зокрема в біомедичних дослідженнях та інформаційних технологіях.

Інноваційному розвитку сприяло впровадження урядової програми Global Innovation Strategy, спрямованої на посилення міжнародного співробітництва в галузі інновацій. Вона передбачає виділення коштів на створення п'яти майданчиків (landing pads) у глобальних центрах розвитку інновацій (Сан-Франциско, Шанхай, Сінгапур, Берлін та Тель-Авів), де австралійські стартапи, готові до виходу на ринок, зможуть працювати протягом 90 днів, посилюючи свої компетенції.

Ще одним важливим кроком стало прийняття в січні 2018 р. документа «Австралія 2030: до процвітання через інновації», де виділено п'ять ключових напрямів для забезпечення розвитку країни: освіта, промисловість, державний сектор, НДДКР та культура [5]. Він закріплює провідну роль держави в

підтримці інноваційного середовища, при цьому розглядається можливість переходу від непрямих податкових пільг для інноваторів до прямого фінансування інноваційної активності. Тим самим передбачається посилити фінансову підтримку інноваційного сектора з метою підвищення конкурентоспроможності австралійської економіки в рамках ОЕСР.

Успіх економічного та інноваційного розвитку країни пов'язується насамперед із підготовкою кваліфікованих кадрів, причому особливий акцент робиться на підтримку наукових досліджень у вищих навчальних закладах. Сьогодні австралійські університети займають четверте місце у світі з публікаційної активності, що створює гарний заділ для посилення інноваційної системи країни. Крім підготовки власних кадрів також планується і далі залучати фахівців з усього світу.

На додаток до стратегії уряд має намір запуснути кілька масштабних національних проєктів, покликаних стимулювати подальший технологічний розвиток країни, а також підняти престиж НДДКР в очах населення. Серед них проєкти з перетворення Австралії на найздоровішу країну світу до 2030 р. та відновлення екосистеми Великого бар'єрного рифу. Усього діють 256 федеральних та територіальних програм підтримки інновацій [6]. Працює незалежна комісія з науки та інновацій Innovation and Science Australia, яка консультує уряд з питань стратегії в галузі інновацій, науки та досліджень, а також проводить моніторинг держпроєктів у цій сфері.

Таким чином, вважаючи інноваційну політику важливим інструментом забезпечення сталого розвитку країни в умовах значної залежності від зовнішньоекономічної кон'юнктури, уряд бере на себе організаційну роль у процесі інноваційної трансформації.

Список використаних джерел

1. *OECD Science, Technology and Industry Scoreboard 2017 – The Digital Transformation: Australia.* Paris, OECD, 2017. URL: <https://www.oecd.org/australia/sti-scoreboard-2017-australia.pdf>.
2. *Asia Shows Strong R&D Growth. 2020 Global R&D Funding Forecast.* URL: <http://digital.rdmag.com/researchanddevelopment/>.
3. *Digital Australia: Seizing Opportunities from the Fourth Industrial Revolution.* McKinsey, May 2021. URL: <https://www.mckinsey.com/global-themes/asia-pacific/digital-australia>.
4. *Global Innovation Index 2023. Innovation in the face of uncertainty.* URL: https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/2023/
5. *Australia 2030: Prosperity through Innovation.* January 2018. 125 p. URL: <https://industry.gov.au/Innovation-and-Science-Australia/Documents/Australia-2030-Prosperity-through-Innovation-Full-Report.pdf>.
6. OECD Report Shows Australia Needs Innovation Re-think. *Australian Financial Review.* March 6, 2017. URL: <http://www.afr.com/technology/oecd-report-shows-australia-needs-innovation-rethink-20170305-gurd39>.

Шарий Григорій Іванович,
доктор економічних наук, професор
Шарий Іван Григорович,
здобувач, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

ПОТЕНЦІАЛ ОРГАНІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ, РИЗИКИ І ШЛЯХИ РОЗВИТКУ.

Аналіз можливих ринкових ніш в глобальній органічній торгівлі, вказує на потенційно-високі можливості розвитку екологічно-чистого сільськогосподарського виробництва в Україні, на принципах органічного виробництва.

Експортні операції органічної продукції у країни ЄС, США, Канаду, Японію і Швейцарію, вимагають врахування особливої державної сертифікації і дотримання стандартів, наприклад приватного стандарту асоціації BiOSuisse (Швейцарія).

Українську продукцію тільки підприємство ПП «Агроєкологія» продає як органічну, в 28 країн світу.

Органічні продукти (organic food), повинні вироблятися з мінімальною кількістю токсичних речовин (хімічних продуктів) та синтетичних мінеральних добрив.

Але ПП «Агроєкологія» не використовує указані речовини починаючи з 1975 року, і є унікальним підприємством у світі, завдяки інноваціям Героя України Семена Антонця та його нащадків, – дочки Антонини Антонєць.

Законодавство України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва...» надто ліберальне і передбачає можливість дворічного переходу від традиційного до органічного землеробства.

На нашу думку, це інституційна помилка.

У світі охоплено органічним землеробством 28 млн.га. Так, у Європі в деяких країнах під органічним землеробством зайнято до 22 відсотків земель, то в Україні ми зупинилися в межах 0,6-0,8%, або біля 300 тис.га. Навіть у Польщі 661 тис.га. Адже освоєність органічних технологій потребує додаткових затрат і невіддільних поліпшень, втрат прибутковості.

Але орендодавців, це турбує мало, вони просто при першій нагоді виходять із договірних відносин і наvertsають оздоровлену землю до традиційного господарювання отримуючи надприбутки і споживаючи відновлену природню родючість.

Так ПП «Агроєкологія» понесла втрачену вигоду на оздоровлення земель

і освоєння унікальних технологій до 100 тис.грн. на 1 га.

Селяни забираючи паї жодним чином не компенсують невіддільні поліпшення і гублять напрацьоване десятиліттями.

Пропонується прийняти декілька кардинальних правових норм, щодо:

- заборон на особливо токсичні хімічні сполуки;
- імплементувати стандарти ЄС при стандартизації, як традиційної, так і органічної продукції;
- освоєні землі органічного землеробства після 8 років, заборонити повертати в попередній стан традиційного землеробства;
- ввести інвайроментальні економічні нормативи, санкцій і стимулів та компенсацій виробникам невіддільних поліпшень в результаті землекористування;
- імплементувати нормативи ЄС, щодо якісних характеристик стану ґрунту, та наявності синтетичних хімічних сполук, рухомих форм, що забруднюють навколишнє середовище.

В Україні указані заходи піднесуть органічне землеробство і виробництво сільськогосподарської продукції на рівень сучасних актуалітетів і зміцнить позиції на міжнародному ринку.

Список використаних джерел:

1. Галашевський С., Мандюк О. і інші. / Дослідження органічного ринку України 2019-2020рр. // <https://organicinfo.ua>
2. Бірта Г.О., бурчу Ю.Г., Флока Л.В., Горячова О.О., Ткаченко А.С. / Еко та ГМО продукти. Навчальний посібник. 2020. – 265 с. ISBN.
3. Шарий Г., Тимошевський В., Максименко О. Охорона ґрунтів: екологічна рента, як стимул органічного землеробства // Економіка АПК. №10, 2019.
4. Органічне землеробство: з досвіду ПП «Агроекологія» Шишацького району Полтавської області / С.С. Антонець, А.С. Антонець, В.М. Писаренко та ін. // Полтава: РВВ ПДАА, 2010. 200 с.
5. Шарий Г.І., Тимошевський В.В., Фосак С.А. Агроекологічні перспективи – не загубити надбане. // Землевпорядний вісник. 2018. №5. С.25-29.

Шевченко Людмила Степанівна,
докторка економічних наук, професорка
Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого

НОВА РЕАЛЬНІСТЬ У СФЕРІ МЕНЕДЖМЕНТУ: ВИКЛИКИ ВІЙНИ

Під час війни українські підприємці стикнулися з багатьма обмеженнями розвитку бізнесу: воєнними діями на території України, необхідністю релокації своїх підприємств, падінням купівельної спроможності населення, відсутністю оборотних коштів та ін. Менеджмент почав ураховувати емоційний стан працівників, надавати переваги короткостроковому плануванню, але водночас і пошуку нових можливостей. Увагу управлінців стали привертати досвід і прийоми управління, напрацьовані українськими військовими. Серед них:

1. Якісно нова модель управління, яка спирається на доктрину розподіленого лідерства. Сенс останньої в тому, що командування доносить до підлеглих спільну мету та замисли, а підлеглі, дотримуючись загальних установок командування, можуть йти на розумний ризик і виявляти ініціативу та гнучкість, відхиляючись від точних наказів [1]. Формами розподіленого лідерства є адаптивність української армії, активний волонтерський рух, здатність українців швидко самоорганізовуватися, щоб забезпечувати армію необхідним спорядженням. У бізнесі це трансформується у спроможність власників і топменеджерів коригувати стратегічні плани, оперативно переспрямовувати ресурси й бюджети з урахуванням ділової та соціальної ситуації; готовність команди працювати у складних умовах та виказувати свою «бойову готовність»; розуміння споживачами проблем бізнесу [2].

2. Зміна стратегічних пріоритетів, зокрема стратегічних цілей. На перший план вийшли безпека співробітників, адаптація бізнесу до вимог воєнного часу та відповідних змін у законодавстві, необхідність підтримки ЗСУ.

3. Ухвалення стратегічних рішень із використанням новітніх технологій. Так, аналітики Агентства передових оборонних дослідницьких проєктів США тестують теорію, за якою під час війни ухвалювати стратегічні рішення буде не командувач, а штучний інтелект. У людини, навіть найвищого військового рангу, можуть бути стрес чи упередженість. Вони заважають об'єктивно оцінювати ситуацію, а на війні немає місця емоціям [3]. Такі ж підходи можуть успішно використовуватися і в управлінні бізнесом.

4. Упровадження методології *change management*, яка дозволяє швидко адаптуватися до змін у господарюванні. Актуальності набувають професійний фреймворк Change Management (ACMP Standard), інструментарій Human Side of Change та інші. Управління змінами має відбуватися на всіх

рівнях організації, стосуватися організаційного розвитку, психології, культури бізнесу тощо, надаючи підприємству додаткові конкурентні переваги. Управлінці повинні вміти працювати в умовах постійних збоїв, планувати діяльність на випадок надзвичайних обставин (воєнних, природних, технологічних або соціальних), опановуючи інструменти «радикальної адаптивності». Як свідчить практика, українські компанії ще до війни мали антикризові плани, тому більшість із них, особливо ІТ-компанії, змогли організувати переїзд команд у безпечні регіони та подбати про потрібну інфраструктуру.

5. Поширення досвіду гібридного менеджменту: ще під час пандемії в онлайн було переведено багато управлінських завдань, пов'язаних із веденням облікової чи фінансової документації, розповсюдження ділової інформації всередині компаній, налагодження зворотного зв'язку з працівниками, проведення нарад, семінарів і тренінгів. Воєнні дії на території країни додали свої проблеми для підприємств із віддаленою формою роботи працівників і «гібридних менеджерів». Викликами для управлінців стали: довіра в системі «керівник – підлеглий», оцінка рівня відповідальності та результативності роботи останніх, організація комунікацій між співробітниками, вибір стилю та методів керування під час війни та інші.

6. Зростання ролі соціального менеджменту. Більшість населення України живе у стресі, відчуває постійну тривогу, що заважає підтримувати працездатність. Фахівці рекомендують забезпечувати work-war balance: ставити перед працівниками чіткі цілі і завдання, створювати можливість працювати в команді, але в різний спосіб попереджати вигорання людей на роботі, зберігаючи їхнє ментальне здоров'я. Ще більшої уваги потребують ветерани війни, які повертаються до роботи в бізнесі і намагаються використати у мирному житті свій воєнний досвід.

Список використаних джерел

1. Задерей Н. Доброго вечора, ми з України. Предвісники нового лідерства. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/experts/chomu-biznesu-vchitis-zaraz-u-viyskovih-i-volonteriv-ostanni-novini-50245064.html>.

2. Плахтій М. Бізнес під час війни: яку стратегію обрати для адаптації та виживання. URL: <https://mind.ua/openmind/20250825-biznes-pid-chas-vijni-yaku-strategiyu-obrati-dlya-adaptaciyi-ta-vizhivannya>.

3. Ягорі Я. Сім професій, які можуть зникнути через штучний інтелект. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2023/05/30/700569/>.

**Ашихміна Володимира Володимирівна,
Ісаєва Ольга Миколаївна,**
здобувачки, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЗОВНІШНЬОЇ ПОЛІТИКИ ІСПАНІЇ

Сучасні тенденції зовнішньої політики Іспанії охоплюють широкий спектр питань, включаючи політичні, економічні, соціальні та геополітичні аспекти [1]:

Європейська інтеграція. Іспанія залишається відданою членству в Європейському Союзі та активно сприяє процесу європейської інтеграції. Країна підтримує політичну, економічну та соціальну співпрацю з іншими країнами ЄС.

Боротьба з тероризмом і радикалізацією. Іспанія зосереджує увагу на боротьбі з тероризмом та радикалізацією, особливо в контексті протидії радикальному ісламському екстремізму. Країна активно співпрацює з іншими країнами та міжнародними організаціями в цій сфері.

Економічна дипломатія. Іспанія активно використовує свою економічну могутність та дипломатичні зусилля для сприяння зовнішньоекономічним інтересам країни. Вона розвиває торгові відносини з іншими країнами та регіонами, активно залучається до міжнародних інвестиційних проектів та сприяє експорту товарів та послуг.

Міжнародні конфлікти та миротворчість. Іспанія приділяє увагу розв'язанню міжнародних конфліктів та збереженню міжнародного миру та безпеки. Країна бере участь у миротворчих місіях ООН та Європейського Союзу та сприяє діалогу та мирному врегулюванню конфліктів.

Міграційна політика. Іспанія стикається з великими міграційними потоками з Африки та Латинської Америки. Країна розвиває стратегії з управління міграцією, в той час як вона також працює над сприянням інтеграції мігрантів у суспільство.

Актуальні тенденції національної безпеки Іспанії включають ряд складних викликів та загроз, які впливають на безпекову ситуацію в країні. Найважливіші тенденції у цьому напрямку включають [2]:

Тероризм і радикалізація. Іспанія залишається під загрозою терористичних нападів від різних радикальних груп, зокрема, ісламістських терористичних організацій. Уряд Іспанії зосереджується на попередженні терористичних актів, розкритті та припиненні діяльності терористичних клітин і боротьбі з радикалізацією.

Кібербезпека. Зростаюча кількість кібератак та кіберзлочинів створює загрозу для національної кібербезпеки Іспанії. Уряд вдосконалює свої заходи кіберзахисту, розробляє стратегії боротьби з кіберзлочинністю та забезпечує захист критично важливих інфраструктур [3].

Міграційна безпека. Іспанія продовжує стикатися з великими потоками мігрантів з Африки та Латинської Америки. Країна шукає баланс між гуманітарною допомогою біженцям та контролем за нелегальною міграцією, забезпечуючи безпеку кордонів та ефективну систему контролю міграційних потоків.

Гібридна загроза. Іспанія також стикається з гібридними загрозами, такими як дезінформація, кібератаки та впливові операції з боку іноземних акторів. Уряд приділяє увагу цим аспектам та розвиває стратегії протидії гібридним загрозам.

Пандемія COVID-19: Пандемія COVID-19 створила нові виклики для національної безпеки, включаючи загрози для громадського здоров'я, економічної стійкості та соціальної стабільності. Уряд Іспанії здійснює заходи для боротьби з пандемією та забезпечення безпеки громадян [4-5].

Вищенаведені тенденції викликають необхідність посилення зусиль уряду Іспанії у сфері національної безпеки та розробки стратегій для ефективного управління цими викликами.

Список використаних джерел

1. Buriak A., Levchenko I., Herashchenko V., Shevchenko O. Impact of full-scale war on changes in the format of Ukraine's cooperation with the European Union. *The EU Cohesion policy and healthy national development: Management and promotion in Ukraine: monograph*. In: Letunovska N., Saher L. & Rosokhata A. Szczecin: Centre of Sociological Research, 2023. P. 369–378. DOI: <https://doi.org/10.14254/978-83-968258-5-8/2023>
2. Chychkalo-Kondratska I.B., Buriak A.A., Levchenko I.V., Shyriaieva A.O. International marketing in the educational process: the experience of higher education institutions in Germany. *Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту*. № 1 (29). 2023. С. 42 – 51.
3. Буряк А.А., Маховка В.М., Сторожук Л.М. Стратегія і механізми запровадження цифрової економіки в країнах ЄС та Україні як умова подолання кризових явищ. *Економіка і регіон*. 2023. № 2(89). С. 53–59. DOI: [https://doi.org/10.26906/eip.v0i2\(89\).2934](https://doi.org/10.26906/eip.v0i2(89).2934)
4. Buriak A., Radchenko L., Novytska I., Ovcharenko D. Foreign direct investment transformation during the pandemic period. *Економіка і регіон*. 2021. № 3(82). С. 124–132. DOI: [https://doi.org/10.26906/EiR.2021.3\(82\)](https://doi.org/10.26906/EiR.2021.3(82))
5. Buriak A.A., Ovcharenko D.O. Global investment flows transformation during the Covid-19 pandemic. *11th International Conference on Engineering, Project and Production Management*, 19.09.2021 – 21.09.2021. Bialystok, Poland: Bialystok University of technology. 2021. С. 23.

Богдан Богдан Володимирович,
магістрант, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ТА ДІЛОВА ЕТИКА ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ КИТАЮ

У зв'язку із посиленням впливу транснаціональних корпорацій на економіку всього світу і окремих країн, питання соціальної відповідальності ТНК стає актуальним. Дослідження соціальної відповідальності ТНК сучасного Китаю, який демонструє бурхливий економічний розвиток, набуває наукової і практичної значимості.

Транснаціональні корпорації реалізують свої функції, пов'язані з соціальною відповідальністю за трьома основними напрямками: економічна відповідальність перед акціонерами, соціальна відповідальність перед заінтересованими неакціонерами і загальна відповідальність перед країною перебування.

Аналіз діяльності ТНК, які працюють у Китаї, дозволяють зробити висновок, що хоча вони і стали однією з головних рушійних сил економічного розвитку країни, але не повною мірою виконують свої функції пов'язані з соціальною відповідальністю перед суспільством. Про це свідчать наступні факти [1, с. 94-95; 2]:

– хабарництво (за останні 10 років з 500 тис. справ про комерційний підкуп, які розслідували відповідні органи влади, 64% були пов'язані з міжнародною торгівлею та іноземним бізнесом);

– незаконне ухилянні від сплати податків (внаслідок ухилення іноземних підприємств від сплати податків бюджет Китаю недоотримує майже 30 млрд. юанів щорічно);

– порушення прав працівників, що виражається у подовженні робочого дня, зниженні заробітної плати, примусовій праці, обмеженні особистої свободи, відсутності елементарних умов праці, відмові у вихідних днях тощо;

– невідповідність продукції деяких ТНК, які працюють на китайському ринку, стандартам безпеки, що завдає шкоди споживачам;

– нехтування вимогами охорони навколишнього середовища. Деякі ТНК, головні офіси яких знаходяться у США, Японії, Європі, використовуючи прагнення Китаю залучити більше іноземних інвестицій, розміщують на його території енергомістке та брудне виробництво харчової, хімічної промисловості, електроніки, машинобудування тощо.

Недостатня реалізація соціальної відповідальності певними ТНК, що діють у Китаї, пояснюються такими причинами [3, с. 88-89]:

– недосконалість нормативно-законодавчої бази Китаю, що регулює соціальну відповідальність корпорацій;

– надмірна довіра китайського суспільства до ТНК;

– подвійні стандарти соціальної відповідальності, які полягають у тому, що ТНК беруть на себе більше соціальної відповідальності у своїй або розвинутій країні, ніж на ринках, що розвиваються;

– заради досягнення економічних цілей органи місцевого самоврядування Китаю іноді ігнорують або відмовляються від контролю над ТНК у питаннях їх соціальної відповідальності.

Уряд будь-якої країни, в тому числі і Китаю, повинен впроваджувати систему заходів, які б сприяли активізації соціальної відповідальності транснаціональних корпорацій, а саме:

– розробити концепцію соціальної відповідальності і активно впроваджувати її у діяльність ТНК;

– удосконалити законодавчу базу діяльності транснаціональних корпорацій у приймаючій країні з метою захисту національних виробників і жорсткого контролю за діяльністю корпорацій, в тому числі і у сфері їх соціальної відповідальності;

– посилити контроль з боку споживачів, ЗМІ та громадських груп за виконанням транснаціональних корпорацій своїх зобов'язань з соціальної відповідальності;

– розробити механізм контролю за виконанням ТНК своїх зобов'язань з соціальної відповідальності;

– зобов'язати транснаціональні корпорації удосконалити структуру корпоративного управління таким чином, аби створити систему внутрішнього контролю за реалізацією заходів із соціальної відповідальності;

– розширити принципи саморегулювання ТНК у питаннях соціальної відповідальності.

Отже, можна зробити висновок, що соціальна відповідальність компаній завжди була і є одним із важливих показників цивілізованого ведення бізнесу. Вона демонструє ступінь уважного ставлення компанії до своїх працівників, а також врахування інтересів країни, в якій розгортається певний бізнес.

Список використаних джерел

1. Сінь Л. До питання про соціальну відповідальність транснаціональних корпорацій у Китаї. *Економіка України*. 2013. № 3 (616). С. 94 – 96.

2. Чичкало-Кондрацька І.Б., Титаренко Л.М. Засади етики та ділового протоколу в країнах. *Ефективна економіка*. 2023. №8. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/1984>.

3. Володарський О. В. Діяльність транснаціональних корпорацій в Китаї. *Інвестиції: практика та досвід*. 2011. № 21. С. 87 – 90.

Буряк Альона Анатоліївна,
кандидатка економічних наук, доцентка
Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

РОЛЬ МІЖНАРОДНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ У ФОРМУВАННІ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЙ МІЖНАРОДНОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ

Міжнародні організації відіграють важливу роль у формуванні та реалізації стратегій міжнародної інформаційної безпеки через ряд ключових функцій та можливостей, зокрема [1]:

1. Стандартизація та нормативне регулювання. Міжнародні організації, такі як ООН, НАТО, ОБСЄ та інші, розробляють стандарти та норми щодо інформаційної безпеки, які охоплюють заходи з кібербезпеки, захисту особистих даних, боротьби з дезінформацією тощо.

2. Координація та співпраця. Міжнародні організації створюють механізми співпраці між країнами у сфері інформаційної безпеки, включає обмін інформацією про кіберзагрози, спільні тренування та вправи, а також спільні проекти з розвитку технологій безпеки.

3. Технічна допомога та підтримка. Міжнародні організації надають технічну допомогу країнам у розвитку їхніх здатностей до захисту від кіберзагроз та боротьби з дезінформацією, що у свою чергу включає навчання фахівців, надання обладнання та програмного забезпечення для кіберзахисту, а також фінансову підтримку проектів з підвищення інформаційної безпеки.

4. Медіа та громадська діяльність. Міжнародні організації займаються інформаційною роботою щодо викликів і загроз інформаційної безпеки, сприяючи усвідомленню громадськості та мобілізації урядів для реагування на них.

5. Дипломатичні зусилля. Міжнародні організації можуть виступати посередниками у врегулюванні міжнародних конфліктів, що виникають через кіберзагрози або дезінформацію, сприяючи діалогу та укладанню міжнародних угод щодо інформаційної безпеки.

Вищенаведені функції допомагають зміцнити міжнародний порядок у сфері інформаційної безпеки та сприяють забезпеченню стабільності та безпеки у цій сфері.

ООН відіграє ключову роль у формуванні та реалізації стратегій міжнародної інформаційної безпеки через свої спеціалізовані органи та програми, зокрема:

Комітет з інформаційної безпеки, який займається питаннями кібербезпеки, кіберзлочинності та захисту інформації. Комітет проводить роботу зі створенням міжнародних стандартів та рекомендацій з кібербезпеки та сприяє обміну досвідом та найкращими практиками серед держав-членів.

Програма ООН з кібербезпеки, яка спрямована на підтримку країн у розвитку їхніх кіберзахисних здатностей. Програма надає технічну допомогу, проводить тренування та консультації з питань кібербезпеки.

ООН використовує свою Генеральну Асамблею та Секретаріат для обговорення та координації питань кібербезпеки, що включає проведення конференцій, засідань та обговорення рішень з кібербезпеки. ООН виступає платформою для обговорення та розробки міжнародного права в галузі кібербезпеки, що включає правила щодо використання кіберзброї, захисту прав людини в кіберпросторі та інші аспекти правового регулювання кібердіяльності. ООН активно сприяє об'єднанню зусиль міжнародної спільноти у боротьбі з дезінформацією, розвиваючи стратегії інформаційної грамотності та підтримуючи проекти з розвитку медійної діяльності. Усі ці ініціативи та механізми свідчать про важливість та активну роль ООН у формуванні та реалізації стратегій міжнародної інформаційної безпеки.

У свою чергу, НАТО створив Центр відповіді на кіберзагрози [2], який має за мету виявлення, аналіз та відвернення кібератак на інтереси альянсу та його членів. Центр забезпечує спільну реакцію на кіберзагрози та співпрацює з іншими міжнародними партнерами у сфері кібербезпеки.

ОБСЄ здійснює моніторинг і аналіз ситуації з інформаційної безпеки в країнах-членах, що включає вивчення кіберзагроз, дезінформації та інших викликів для інформаційної безпеки [3]. ОБСЄ сприяє розробці міжнародних стандартів і рекомендацій щодо кібербезпеки та боротьби з дезінформацією. ОБСЄ допомагає у встановленні діалогу між країнами-учасницями з метою спільного розуміння кіберзагроз та розвитку спільних стратегій у сфері інформаційної безпеки.

Список використаних джерел

1. Маслій О.А., Буряк А.А. Трансформація загроз економічній безпеці та безпеці інформаційного середовища України в умовах повномасштабної війни. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2023. № 3 (129). С. 28–32. DOI: <https://doi.org/10.32782/1814-1161/2023-3-5>.

2. Buriak A., Vachykalo K. The role of chambers of commerce and industry in ensuring the external economic security of the state. *Економіка і регіон*. 2023. №4 (91). С. 249–254. DOI: [https://doi.org/10.26906/EiR.2023.4\(91\).3220](https://doi.org/10.26906/EiR.2023.4(91).3220).

3. Buriak A., Levchenko I., Herashchenko V., Shevchenko O. Impact of full-scale war on changes in the format of Ukraine's cooperation with the European Union. *The EU Cohesion policy and healthy national development: Management and promotion in Ukraine: monograph*. In: Letunovska N., Saher L. & Rosokhata A. Szczecin: Centre of Sociological Research, 2023. P. 369–378. DOI: <https://doi.org/10.14254/978-83-968258-5-8/2023>.

Бут Руслан Анатолійович,
магістрант, Національний університет «Полтавська політехніка імені
Юрія Кондратюка»

СУЧАСНИЙ СТАН І ЗАГРОЗИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ

За офіційними даними Міністерства економіки України у зв'язку з агресією росії лише у березні 2022 року експорт українських товарів скоротився вдвічі, імпорт - більш ніж втричі, порівняно з даними за лютий 2022 року [1]. Пропоную короткий огляд, як же все таки змінилась і що чекає зовнішньоекономічну діяльність в умовах військового стану в Україні.

З початку повномасштабного вторгнення росії в економіці України прийшлося стати на, як кажуть : «військові рейки». Не минуло важливих змін, Закон України «Про ліцензування видів господарської діяльності». Відтепер, зовнішньоекономічна діяльність, що підлягає ліцензуванню, в умовах воєнного стану не може провадитися виключно на підставі подання до Мінекономіки декларації - ліцензії повинні надалі отримуватись тоді, коли це необхідно. Стосовно експортних товарів, які підлягають ліцензуванню, КМУ виніс постанову з переліком товарів, експорт яких підлягає квотуванню та ліцензуванню: м'ясо великої рогатої худоби за окремими позиціями, жито, овес, гречку, просо, цукор, сіль, а також мінеральні добрива (азотні, фосфорні, калійні та комплексні). Також було запроваджено необхідність ліцензування експорту пшениці, м'яса та ін.

Змін також зазнало питання здійснення митного контролю та митного оформлення товарів. Згідно з новою постановою, запроваджено можливість імпорту більшості товарів за спрощеним способом на підставі подання попередньої митної декларації без справляння митних платежів (у тому числі ПДВ, акцизного податку, ввізного мита), без проведення митного огляду, фіто санітарного контролю, а також заходів нетарифного регулювання. Подібні реформи обумовлені тим, щоб пришвидшити темпи надання критично важливих товарів, які надаються західними партнерами України.

Змін також зазнав валютний контроль щодо строків розрахунків у зовнішньоекономічній діяльності. НБУ було передбачено зміну граничних строків розрахунків за операціями з експорту та імпорту товарів. Так, починаючи з 5 квітня 2022 року, для всіх експортно-імпортних операцій застосовуються граничні строки розрахунків тривалістю 90 календарних днів. Це є суттєвим скороченням строків, порівняно з правилами мирного часу, коли вони становили 365 календарних днів, та має на меті забезпечення стабільності системи, аби запобігти виведенню капіталу за кордон та не допустити виникнення макроекономічних дисбалансів.

КМУ одним з найперших своїх рішень зробив зміни до Постанови "Про перелік товарів критичного імпорту". Згідно із зазначеною постановою було, зокрема, рекомендовано НБУ забезпечити здійснення транскордонних

валютних платежів за операції з імпорту товарів, що вважаються критичним імпортом. Додатком до цієї постанови було сформовано перелік критеріїв визначення критичного імпорту для чотирьох секторів: енергетики, безпеки та оборони, забезпечення життєдіяльності населення, а також функціонування виробничих підприємств. Тож наразі бізнес має достатньо можливостей для відновлення роботи навіть за умови залежності виробничого процесу від імпортової сировини.

Понад половина компаній-членів Європейської бізнес-асоціації в Україні припинили або призупинили свою діяльність у воєнний час. Серед меншого бізнесу ситуація схожа. За даними опитування Gradus, близько 39% компаній зупинили свою діяльність і ще 20% практично не працюють. Наразі ділова активність відновлюється дуже повільно [2].

Експорт товарів з України обмежений логістикою. Російські війська заблокували українські порти. Водночас дорожня та залізнична інфраструктура може переправити обмежені обсяги товарів з України в ЄС, в тому числі через масові страйки на кордоні. Морем Україна перевозила 62% загальної доларової вартості товарів, залізницею - 12%, автомобільним транспортом - 23%. Чверть експорту - залізна руда, водночас експорт металів майже припинився. Експорт сільськогосподарської продукції знизився вчетверо. У разі відсутності нової масштабної ескалації, ситуація з логістикою експорту має покращитись. Оскільки автодороги та залізничний транспорт мають стати доступнішими для експорту. Проте вартість та тривалість логістики стає суттєво вищою.

Імпорт скоротився не лише через логістичні проблеми та скорочення попиту, а й через заборону на некритичні імпортні операції, запроваджену Національним банком, щоб уникнути девальвації гривні. У середньостроковій перспективі споживчий та інвестиційний попит залишиться дуже пригніченим, що не дозволить імпорту швидко відновитись.

Більшість інвестицій в Україну заморожені. Нові інвестиції будуть пов'язані тільки з перебазуванням виробничих потужностей компаній із "гарячих регіонів", будівництвом житла для внутрішньо переміщених осіб та державними інвестиціями у відновлення інфраструктури.

Список використаних джерел

1. Зовнішньоекономічна діяльність в умовах війни. URL: https://biz.ligazakon.net/analytics/210611_zovnshnoekonomchna-dyalnst-v-umovakh-vyni
2. Що відбувається з економікою України під час війни. URL: https://biz.censor.net/resonance/3334083/scho_vidbuvayetsya_z_ekonomikoyu_ukrayiny_pid_chas_viyiny.

Газдик Надія Романівна,
здобувачка, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА ЗА ДОПОМОГОЮ ІНТЕРНЕТ- МАРКЕТИНГУ

Маркетинг – це процес залучення та утримання клієнтів шляхом створення та постійного вдосконалення послуг. Сьогодні, основною метою інтернет-маркетингу є просування та продаж продуктів і послуг, які тільки будуть доступні на ринку, збільшення продажів, підвищення рівня компанії та впізнаваності бренду.

Успішний розвиток туризму неможливо уявити без реклами та просування туристичних продуктів. Туристичні компанії здійснюють заходи з просування своїх туристичних продуктів, зосереджуючись на збільшенні продажів продукту, покращенні іміджу. Рекламні матеріали зміцнюють уявлення туристів про якість послуг, що надаються транспортними компаніями та готелями, а також про роботу туристичних агентств [1].

Споживачі задоволені, коли бачать, що зробили правильний вибір. Це збільшує ймовірність повернення в туристичне агенство. Туристичні підприємства традиційно використовують журнали, радіо, телебачення та інші засоби як засоби інформації для просування туристичних продуктів. Однак значення Інтернету як засобу передачі туристичної інформації з кожним роком зростає [2, 3].

Отже, успішність розвитку туризму та діяльності на пряму залежить від інтернет-маркетингу. Так, як через Інтернет можна дізнатися рівень туристичного підприємства, то більшість людей обирають найкраще. Тому, щоб підвищити конкурентоспроможність, потрібно добре знатися на інтернет-маркетингу, тобто просувати послуги на просторах Інтернету.

Список використаних джерел

1. Василенко В. О., Ткаченко Т. І. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу. Київ: Освіта України, 2012. 508 с.
2. Levchenko I. Influence marketing in the promotion of enterprises in the tourism industry / N. Bakalo, I. Levchenko, A. Prykhodko // Ефективна економіка. – 2022. – № 10. <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2022.10.22>
3. Левченко І.В. Сутність «темного» туризму як перспективного напрямку розвитку туристичних дестинацій: міжнародний досвід / А.А. Буряк, І.В. Левченко, В.М. Маховка, К.О. Борисенко // Ефективна економіка. – 2022. - № 10. – URL: <https://nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/661>

**Галкіна Анастасія Сергіївна, Черноус Яна Василівна,
Лук'янова Анастасія Юріївна, здобувачки,
Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»**

ШЛЯХИ ТА ПРОБЛЕМИ ВИХОДУ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК

Сучасна ринкова економіка висуває особливі вимоги до діяльності вітчизняних суб'єктів господарювання. З одного боку, це формування перспективної збутової політики, що відповідає запитам споживачів, а з іншого - розробка ефективних стратегій реалізації продукції на ринках, у тому числі зовнішніх. Для того, щоб ефективно реалізовувати продукцію на зовнішніх ринках, компанії повинні вжити низку заходів для забезпечення фізичного розподілу продукції в ринковому просторі, доставлення товарів споживачам та організування їх ефективного споживання.

Існує три групи стратегій інтернаціоналізації, всі вони мають різні стратегічні цілі, різні структури бізнесу, різну швидкість виходу на зовнішні ринки, різні рівні контролю, участі, ризику та гнучкості, а також різні можливості для отримання знань та досвіду в міжнародній діяльності:

1) Торгівля (експорт) – передбачає прямий та непрямий рух вироблених товарів та послуг на внутрішньому ринку та експорт на зовнішні ринки.

Основні експортні можливості: розширення ринків збуту; диверсифікація ризиків через диверсифікацію ринків збуту; оптимізація виробничих потужностей та нарощування потенціалу; продовження життєвого циклу застарілої продукції; посилення конкурентоспроможності підприємств.

2) Кооперація (контрактація, підряд) - розповсюдження виробництва на зовнішні ринки на основі контрактів з незалежними місцевими компаніями, що включає в себе підрядне виробництво або управління по договору, франшизайзинг, компенсаційні угоди, виробництво за контрактом або ліцензійний договір.

Одними вагомими перевагами ліцензійних угод є мінімальний ризик і відносно легкий вихід на ринок. В той час переваги для франчайзера це мінімально можливі витрати порівняно з іншими способами виходу на зовнішні ринки; додаткові прибутки від діяльності франчайзі, розширення ринків збуту, маркетингові переваги.

3) Інтеграція (інвестиційна) - виробництво товарів і послуг на зовнішніх ринках, що здійснюється підприємством, до корпоративної структури якого

входить міжнародна компанія і в якому вона володіє контрольним пакетом акцій.

Наразі на вихід на зовнішній ринок українських підприємств впливають зовнішні фактори. Страйки польських фермерів перешкоджають зовнішній торгівлі України: з 12 лютого вони заблокували п'ять пунктів пропуску на українсько-польському кордоні; у 2023 році експорт продовжував скорочуватися, але це не стільки було пов'язано з вибухом Каховської ГЕС, авіаударами чи окупацією, а через запровадження кількісних обмежень на українську продукцію в п'яти країнах ЄС, проблеми з морською та наземною логістикою, а також падіння світових цін на сировинні товари [2, с. 5-6].

У деяких країнах проти українських виробників проводяться «деструктивні» інформаційні кампанії. Наприклад, у соціальних мережах поширюють критичні заяви про «використання хімікатів» у харчових продуктах. Йдеться про бренди та репутацію компаній, про час, який не можна втрачати, щоб уникнути непоправної шкоди. Це може стати ударом по всьому бренду «Зроблено в Україні» [3, 4].

Отже, за умов сучасного стану української економіки вихід вітчизняних виробників на міжнародний ринок є важкою, але необхідною потребою.

Список використаних джерел

1. Плотницька С. І. Стратегія виходу організації на міжнародні ринки: конспект лекцій (для студентів бакалавріату всіх форм навчання зі спеціальностей 073 – Менеджмент та 281 – Публічне управління та адміністрування) / С. І. Плотницька ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2020. – 47 с.

2. Місячний Економічний Моніторинг України №229, лютий 2024 року, Інститут економічних досліджень та політичних консультацій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ier.com.ua/ua/institute/news?pid=7376> (дата звернення 10.03.2024)

3. Виробляти, експортувати, інвестувати: що стримує український експорт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/columns/2023/12/18/707800/> (дата звернення 10.03.2024)

4. Левченко І.В. Соціально відповідальні глобальні компанії в умовах воєнного стану /Л.М. Титаренко, І.В.Левченко, Ю.А.Кисельова, Д.О.Кудряшова // Ефективна економіка. – 2022. - № 11. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2022.11.40>.

**Гончарова Тетяна, Броннікова Анастасія,
Андрущенко Максим, здобувачі,
Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»**

ГЛОБАЛЬНИЙ МАРКЕНГ ТА ЙОГО ОСОБЛИВСТІ

Глобальний маркетинг в діяльності міжнародних компаній – це стратегічний підхід до позиціонування товарів і послуг на міжнародному ринку з метою досягнення успіху в різних країнах та культурах. Він включає в себе аналіз ринків, адаптацію продуктів та просування, сприятливі умови ціноутворення, а також ефективну комунікацію з різними цільовими аудиторіями з урахуванням місцевих особливостей та культурних контекстів.

Глобальний маркетинг впливає на діяльність компаній, забезпечуючи їм можливість досягнення нових ринків, збільшення обсягів продажів та підвищення конкурентоспроможності. Однак він також ставить перед компаніями виклики, пов'язані з регулюванням, адаптацією до різних культур і вимогою до гнучкості в стратегіях маркетингу [1, 2].

Варто враховувати, що не всі рекламні кампанії, які проводили різні компанії за кордоном були сприйняті позитивно. Головним чином це пов'язано з культурними особливостями тієї чи іншої країни.

Існує кілька провальних рекламних кампаній, де компанії недооцінили важливість врахування місцевих традицій і культурних особливостей. Деякі із таких прикладів включають [3, 4]:

Pepsi на Сході: у 2017 році Pepsi випустила рекламу з Кендалл Дженнер, де вона приєднується до протестувальників і подає поліцейському банку Pepsi Cola, виглядаючи як символ солідарності. Реклама була резонансною через спробу використання активізму та нерозуміння справжніх проблем.

McDonald's в Індії: коли McDonald's вперше входив на ринок Індії, вони випустили рекламу, де люди вели себе аналогічно, як у заході. Однак це спричинило негативну реакцію через неповагу до традицій і специфіки харчування.

KFC в Китаї: під час спроби вивести своїм клієнтам новий продукт - курячий бургер – KFC використовував слоган "Їж, як не гніт!". Але, враховуючи культурні відмінності, вираз може бути сприйнятий як нечемний або неповажний у китайському суспільстві.

Gillette в Бразилії: у 2019 році Gillette випустила рекламу про токсичну чоловічу поведінку, але без належного контексту та розуміння бразильської культури. Це викликало обурення і відсудження споживачів.

Gap в Китаї: при входженні на китайський ринок, Gap випустила рекламу, де діти носили одяг із східної культури, але це було сприйнято як неповага до китайської традиції та стилістики.

Ці приклади вказують на те, як важливо для компаній враховувати та поважати місцеві традиції та звичаї, аби уникнути негативних наслідків та встановити позитивне сприйняття в нових ринкових умовах [5].

Глобальний маркетинг впливає на діяльність компаній, забезпечуючи їм можливість досягнення нових ринків, збільшення обсягів продажів та підвищення конкурентоспроможності. Однак, як ми вже з'ясували, він також ставить перед компаніями виклики, пов'язані з регулюванням, адаптацією до різних культур і вимогою до гнучкості в стратегіях маркетингу.

Список використаних джерел

1. Alla Lialiuk. Роль міжнародного маркетингу в глобальному підприємстві. December 2020 Economic journal of Lesia Ukrainka Eastern European National University 4(24):46-53. DOI:10.29038/2411-4014-2020-04-46-53
2. Levchenko, I. V. (2023). World market of organic products: Well-known trademarks and brands / I.V. Levchenko // Actual Issues of Modern Science. European Scientific e-Journal. – 2023. – № 25. – С. 72–81. – DOI: 10.47451/man2023-06-01
<http://reposit.nupp.edu.ua/handle/PoltNTU/13676>
3. Левченко І.В. Вплив digital-маркетингу на розвиток інтернет-магазинів. / І. Левченко, А. Даніленко // Економічні горизонти, 1(23). 2023., 70–79.
[https://doi.org/10.31499/2616-5236.1\(23\).2023.273361](https://doi.org/10.31499/2616-5236.1(23).2023.273361)
(<http://eh.udpu.edu.ua/article/view/273361>)
4. Левченко І.В. Соціально відповідальні глобальні компанії в умовах воєнного стану /Л.М. Титаренко, І.В.Левченко, Ю.А.Кисельова, Д.О.Кудряшова // Ефективна економіка. – 2022. - № 11. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2022.11.40> .
5. Levchenko I. Influence marketing in the promotion of enterprises in the tourism industry / N. Bakalo, I.Levchenko, A. Prykhodko // Ефективна економіка. – 2022. – № 10. <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2022.10.22>

Гребцов Вячеслав Александрович,
магістрант, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В УМОВАХ СУЧАСНОГО НАУКОВО-ТЕХНІЧНОГО ПРОГРЕСУ

Сьогодні, в умовах бурхливого розвитку науково-технічного прогресу, конкурентоспроможною може бути тільки інноваційна економіка. Тому проблема інноваційного спрямування розвитку національної економіки є актуальною, а її дослідження має науковий і практичний інтерес.

Інноваційний розвиток світового виробництва сприяв виникненню так званої Четвертої промислової революції (або «Індустріальної революції 4.0»). Вона виникла внаслідок розроблення і реалізації «Хай-тек стратегії 2020» у Німеччині. «Індустріальна революція 4.0» передбачає використання комплексних кіберфізичних систем, в яких ІТ-системи поєднані в одну мережу, що дозволяє їм на всіх стадіях виробничого процесу взаємодіяти та налаштовуватись. Планується, що людина повністю буде виключена з виробничого процесу, система сама буде приймати технічні рішення ґрунтуючись на показниках апаратури. Таким чином застосування робототехніки сприятиме створенню принципово нового виробництва, що значно підвищить продуктивність виробництва, якість продукції, задоволення попиту споживачів [1, с. 89].

Четверта промислова революція може привести до глобальних змін у всіх сферах суспільного життя, тому вона є важливою темою обговорення на міжнародних конференціях і зустрічах політиків, науковців та практиків, у тому числі на 46-му Всесвітньому Економічному Форумі в Давосі у 2016 р. Мається на увазі, що розвиток робототехніки, який значно спрощує та пришвидшує виробничий процес, у свою чергу, може привести і до негативних соціальних наслідків. Економісти Е. Бріньольфсон та Е. Макфі звертають увагу на те, що нова революція поглибить соціальну нерівність. Мова йде про її потенціальну спроможність зруйнувати ринки праці. За розрахунками ВЕФ, вже до 2025 року роботи та нові технології можуть залишити без роботи мільйони людей. Найбільше від цього постраждають офісні та адміністративні працівники – вже у найближчі чотири роки кількість робочих місць у цій сфері скоротиться на 4,7 млн. осіб. Дослідження стосувалось Південно-Східної Азії, країн Персидської затоки, деяких держав Західної Європи, а також Індії, Китаю та Японії. Найбільше виграють від Четвертої революції ті, хто забезпечує інтелектуальний капітал, а саме: програмісти, винахідники, акціонери, інвестори та персонал, який може успішно працювати з великими інформаційними масивами. За оцінкою маркетингової компанії Gartner, вже до 2026 року додатковий дохід компаній пов'язаних з ІТ-технологіями буде більшим за 300 млрд. дол. [2, с. 7].

Ефективне функціонування бізнесу в умовах диджиталізації економіки вимагає ґрунтовних змін в організації підприємницької діяльності. В сучасному

бізнесі успішними стають лише ті підприємства, які можуть генерувати інновації, ідентифікувати стратегічні ресурси та формувати компетентності. На сьогоднішній день, лідерами диджиталізації є країни ЄС, США та Японія.

У той же час необхідно підкреслити, що більш високий і складний рівень виробничих технологій потребує більш досконалого управління таким виробництвом. Адже чим вищий рівень ділової досконалості організації, тим вища якість продукції, яка постачається на ринок, вищий ступінь задоволеності клієнтів та інших зацікавлених сторін. Разом з тим, поліпшуються також і інші показники: продуктивність праці, собівартість продукції, вплив на довкілля, задоволеність персоналу тощо.

В умовах насиченості ринку та поширення наслідків четвертої промислової революції відбувається переосмислення поведінки лідерів з позицій збереження їх конкурентоспроможності. Про це свідчить форум EFQM, який відбувся у Мілані [1, с. 91]. Основним лейтмотивом виступів лідерів найбільш успішніших європейських організацій є:

- операційна досконалість, тобто якісне виконання процесів, стабільне виробництво;
- оцядливе виробництво є загальновідомим трендом, але цього недостатньо для успіху на глобальному ринку;
- недостатньо тільки виконувати вимоги зацікавлених сторін, необхідно викликати їх захоплення;
- залучати персонал до вдосконалення, бути для нього прикладом і джерелом гордості;
- займатися корпоративною соціальною відповідальністю та активно вибудовувати майбутнє для подальшого розвитку;
- будувати гнучкі системи управління та визнати неминучість непередбачених змін і формувати системи, стійкі до опору.

Таким чином, практика світового бізнесу свідчить, що розвиток виробництва в мовах сучасного науково-технічного прогресу передбачає не тільки розроблення і впровадження інноваційних технологій, але й гнучку адаптацію такого виробництва у систему суспільних відносин.

Список використаних джерел

1. Швиданенко Г.О. Розвиток інноваційного бізнесу в умовах становлення економіки знань / Г.О. Швиданенко, М.А. Теплюк, С.О. Бесараб. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 11. С. 43 – 48.
2. Антохов А.А. Інноваційний розвиток економіки України через призму зарубіжного досвіду. *Науковий вісник МНУ ім. В.О. Сухомлинського: зб. наук. праць*. 2020. № 2. С. 4 – 8.

**Даценюк Вероніка Олегівна,
Поп Софія Леонідівна,**
здобувачки, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

ЕКОНОМІЧНІ ВЗАЄМОВІДНОСИНИ УКРАЇНИ З США

Міжнародні економічні взаємовідносини України та США є дуже актуальною темою. США є одним з ключових союзників нашої держави у питаннях безпеки, демократії та підтримки суверенітету. Російська агресія надала поштовх США посилити свою підтримку Україні, включаючи військову та економічну допомогу. Питання безпеки, економічна співпраця та боротьба з корупцією – це та взаємодія, яка має велике значення не тільки для обох країн, але і для міжнародної безпеки та стабільності. Результатом ефективної співпраці стало виведення двосторонніх відносин на рівень стратегічного партнерства, що було зафіксовано у Спільній заяві президентів України і США (від 4.04.2005 р.). [1].

Метою дослідження є аналіз статистичних даних економічних взаємин, огляд товарообігу та інвестицій, діагностика ключових сфер співпраці. У чому полягає їх важливість та які перспективи розвитку для майбутнього обох країн?

Сполучені Штати Америки встановили дипломатичні стосунки з Україною у 1991 р., після набуття країною незалежності від Радянського Союзу. США надають великого значення успішному становленню України як сучасної демократичної держави з ринковою економікою. Політика США зосереджена на тому, аби Україна зміцнилася як демократична країна, що перебуває у безпеці, та більше інтегрована до європейських структур. Ключовим політичним документом є Хартія про стратегічне партнерство (грудень 2008 р.), яка підкреслює важливість двосторонніх відносин і передбачає розширення співпраці в області економіки і торгівлі. Договірною-правова база відносин нараховує 134 документи, які охоплюють широкий спектр галузей двостороннього співробітництва [2].

Головним українсько-американським міждержавним органом є двостороння Комісія стратегічного партнерства (КСП). КСП координує діяльність міжгалузевих організацій.

Експорт США до України включав вугілля, обладнання, транспортні засоби, сільськогосподарські продукти, рибу і морепродукти, а також літаки. Імпорт - залізо і сталь, продукти неорганічної хімії, нафти, заліза і виробів зі сталі, літаки та сільськогосподарську продукцію [1].

Рада з питань торгівлі й інвестицій Україна - США була створена відповідно до угоди держав про торговельно-інвестиційну співпрацю, її завдання – збільшення комерційних і інвестиційних можливостей шляхом виявлення та усунення перешкод на шляху двосторонніх торговельних та інвестиційних потоків.

Лібералізація торговельного режиму між Україною та США являє собою налагоджену постійну взаємодію з ключовими урядовими інституціями, недержавними організаціями з підтримки бізнесу, зокрема Українсько-американською діловою радою (USUBC), яка об'єднує понад 200 компаній та є найбільшою закордонною торговельною асоціацією України, Американською торговельною палатою в Україні, а також галузевими асоціаціями американських виробників та окремими американськими компаніями.

Визнаючи важливість боротьби з корупцією, Україна та США мають намір поглибити співпрацю з метою збільшення контролю з боку громадськості та засобів масової інформації антикорупційних заходів, забезпечити дотримання етичних стандартів шляхом удосконалення урядового регулятивного процесу.

В останні роки економічні відносини між Україною та США зіткнулися з різними викликами. Деякі з ключових проблем включають торгові суперечки, геополітичну напруженість і без пекову ситуацію в Україні. Крім того, корупція та відсутність прозорості в Україні перешкоджають іноземним інвестиціям та бізнес-співпраці за США [2].

За результатами опитування іноземних інвесторів, яке щороку проводять Європейська бізнес-асоціація, Dragon Capital та Центр економічних стратегій, основними перешкодами для приходу іноземних інвестицій до України є недовіра до судової системи, нестабільна фінансова система, монополізація та олігархізація ринків. До війни річний обсяг прямих іноземних інвестицій в Україну Європейська бізнес-асоціація оцінювала в 1,5 мільярда доларів [3].

Звісно, економічні відносини між Україною та США мають велике значення. США є одним із ключових партнерів України у сфері безпеки, економіки, торгівлі та інвестицій. Обидві країни мають поглиблені торговельні зв'язки та потужну співпрацю. Більше того, США надають фінансову підтримку Україні, зокрема через програми допомоги та кредити. Це сприяє розвитку української економіки та підвищенню життєвого рівня населення.

Список використаних джерел

1. Посольство України в Сполучених Штатах Америки. URL: <https://usa.mfa.gov.ua/ukrayina-ta-ssha/torgivelno-ekonomichne-spirobotnictvo>
2. Державна підтримка українського експорту. URL: http://www.ukrexporth.gov.ua/ukr/zakon_v_sferi_zed/3227.html
3. Гроші для військової допомоги Україні закінчуються: у США кажуть, що вичерпалося фінансування одного з фондів. URL: <https://zn.ua/ukr/usa/vijskovoji-dopomohi-ukrajini-bude-menshe-u-ssha-kazhut-shcho-vicherpalosja-finansuvannja-odnoho-z-fondiv.html>

Калініченко Зоя Дмитрівна
кандидатка економічних наук, доцентка
Запорізький національний університет, м. Запоріжжя

ВПЛИВ ІНСТИТУЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА ТА ІНСТИТУТУ ДЕРЖАВИ НА БЕЗПЕКУ І СТАБІЛЬНІСТЬ РОЗВИТКУ

Сучасний розвиток суспільства характеризується новими викликами та проблемами, що передбачають зміни в суспільстві. Глобалізація, системні фінансово-економічні кризи, загострення дефіциту мінеральних ресурсів змінюють умови господарської діяльності, висувають нові вимоги до поведінки суб'єктів господарювання і особливо до держави.

На зміну вузькоспеціалізованим науковим економічним дослідженням (регіонального, структурного, галузевого та іншого характеру) приходиться потреба міждисциплінарного аналізу, який би дозволив висвітлити сутність трансформації різних інститутів та зв'язків між ними, що характеризуються напруженістю та посиленням залежності між частинами.

Визнаючи актуальним положення про те, що на зміну концепціям, що мінімізують роль держави в економіці, з однієї сторони, та концепціям одержавлення економіки, з іншої, повинна прийти методологія, головною тезою якої є більше держави і більше ринку [1]. В. М. Тарасевич ставить питання про розширення предметного простору сучасної політекономії [2].

Наукове продукування нових напрямків політичної економії (інституціональна, екологічна, структуралістська політична економія тощо) висуває низку питань стосовно розуміння радикальних змін в економічній системі, поведінці суб'єктів господарювання, системи цінностей людини, правової, політичної та соціальної систем, трансформації міжнародних відносин. Обґрунтовується ідея синтезу політекономічних підходів до пояснення сучасних радикальних змін у суспільстві і адекватності їх системного відображення в інституціональній теорії [3].

Колись проблеми розподілу були виокремлені як основні завдання політекономії [4]. На сучасному етапі зростання обсягів чистого продукту проблеми розподілу теж набувають особливого значення. Існуючі в суспільстві інституції утворюють певне інституційне середовище або інституційну структуру, яка є «м'якою» основою економіки. Державу як інститут формування інституційного середовища розглядають як відповідний елемент трактувань політичної економії.

Свого часу кейнсіанська революція стала новою віхою в розширенні предмета політекономії, призвела до перегляду ролі держави як «нічного сторожа», як свідомого та активного регулятора економічних процесів.

У сучасній економіці беззаперечним є факт визначального впливу інституційного середовища на економічну поведінку суб'єктів господарювання і розвитку нових організаційно-економічних структур. Серед усіх інститутів державі відводиться визначальна роль, тому й поширюються погляди учених стосовно активної ролі держави в збереженні стабільності в суспільстві.

Інститути можуть як сприяти, так і стримувати діяльність економічних суб'єктів у будь-якій сфері. Через інститут держави відбувається реалізація нових потреб, інституційних вимог і їх модифікація, нових правил взаємодії суб'єктів господарської діяльності, їх установа в суспільстві через відповідну систему цінностей, функцій і послуг [5]. Кожна нація по-різному використовує інститут держави для досягнення суспільного добробуту. Свідченням того є успіхи та невдачі урядів країн, формування різних національних моделей економіки та загострення суперечностей в глобалізаційних процесах.

В умовах глобалізації на державу як системну організацію покладається завдання ефективного регулювання міжнародних законів, налагодження і підтримки функціональних національних і міжнаціональних відносинах. Глобалізація з її інтенсивним процесом інтеграції всіх сфер людської діяльності передбачає швидкого реагування на зміни.

Збереження функцій держави за умови глобалізації світових процесів пов'язане з встановленням і підтримкою на належному рівні правопорядку і безпеки. Національна держава як джерело правопорядку на певній території водночас постає умовою і головним гарантом ефективного регулювання міжнародних законів, підтримки міжнаціональних взаємних зв'язків. Тому інститут держави залежатиме від того, чи спроможна держава підтримувати стабільність розвитку, бізнесові комунікації та безпеку.

Вплив інституційних чинників на еволюцію економічної системи розглядає сучасний напрям інституціональної теорії. Але постає питання про формування нової ієрархії в межах світового господарства, прикладом чого є створення різного роду світових організацій. Спостерігаємо активний розвиток мережевих структур у світовому масштабі.

Список використаних джерел

1. Бекешкіна І. Українці віддають перевагу євроінтеграції. *Укрінформ*. URL: http://www.ukrinform.ua/ukr/news/ukraiintsi_viddayut_perevagu_e_vrointegratsiii_bekeshkina_1785194
2. Нагорна Л. П. Національна ідентичність в Україні: монографія. Київ: ІПіЕНД НАН України, 2022. 272 с.
3. Трансформація політичних інститутів України: проблеми теорії і практики. URL: <https://lexinform.com.ua/yuridychna-praktyka/>
4. Шайгородський Ю. Ж. Стратегія суспільного розвитку: світоглядні та інституційні чинники формування. *Наукові записки Інституту політичних досліджень ім. І.Ф. Кураса* Київ: НАНУ, 2023. Вип 6 (68) С.13-27
5. Браїчевський М. Про українську державність. URL: http://Braichevskiy_Mykhailo/Pro_ukrainsku_d_ervhavnist.pdf

Кір'ян Єва Євгеніївна
здобувачка, Національний університет «Полтавська політехніка» імені
Юрія Кондратюка

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЛЮДСЬКИХ РЕСУРСІВ ЗА РАХУНОК УДОСКОНАЛЕННЯ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ НА ТУРИСТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Сучасне бізнес-середовище характеризується необхідністю зміни систем управління персоналом організацій. Одним із головних завдань підприємств усіх форм власності є пошук ефективних методів управління працею для забезпечення активізації людського фактору. Вирішальним фактором ефективності будь-якої діяльності людини є мотивація.

На сучасному етапі розвитку економіки, головним завданням керівників є мотивація працівників підприємств. Особливу цікавість має для нас саме мотивація працівників туристичного підприємства. Працівники повинні розуміти, що досягнувши цілей підприємства, вони досягнуть і власних особистих.

Одним з перших підходів, що на нашу думку є достатньо впливовим для підприємства. А саме, розробка та впровадження інноваційних програм мотивації для персоналу на туристичному підприємстві з метою підвищення продуктивності, залучення та утримання кваліфікованого персоналу.

Створення сприятливого та мотиваційного робочого середовища на туристичному підприємстві для підвищення ефективності роботи персоналу та зниження показників текучості кадрів. Приклад цьому є інноваційні методи рекрутингу.

Інноваційний рекрутинг – це творчі стратегії, методи та технології для пошуку, залучення та найму кваліфікованих кандидатів на вакантні посади в організації. Це допомагає піклуватися про старіння робочої сили та зниження текучості кадрів.

Щодо сприятливого та мотиваційного робочого середовища, то цьому допоможе створення корпоративної культури на підприємстві.

Корпоративна культура – це сукупність моделей поведінки в організації. Вона формується з її розвитком і розділяється всіма членами колективу. Говорячи простою мовою, це система цінностей, правил, традицій, якої дотримується персонал.

Відсутня єдина система типів корпоративної культури. На мою думку, найефективнішою є кланова культура. Кланова культура спрямована на створення атмосфери, схожої на родину чи команду. Основна ідея полягає в

тому, щоб підтримувати та розвивати внутрішні стосунки, створюючи враження спільності та взаємодопомоги. Всі члени команди допомагають один одному, підтягують і вчать тих, хто відстає.

Використання системи бонусів та стимулів для досягнення цілей та результатів на туристичному підприємстві, спрямованих на мотивацію працівників до досягнення високих стандартів обслуговування.

Проведення тренінгів та семінарів для персоналу з метою підвищення їхньої мотивації, розвитку професійних навичок та забезпечення їхнього особистого росту на туристичному підприємстві.

Впровадження системи ефективного управління відпустками та винагородами, спрямованої на стимулювання персоналу до досягнення високих результатів у сезони пікового туристичного потоку.

Використання індивідуальних підходів до мотивації працівників на туристичному підприємстві з урахуванням їхніх особистих потреб, інтересів та амбіцій.

Розробка системи постійного моніторингу та оцінювання ефективності мотиваційних заходів на туристичному підприємстві для постійного удосконалення стратегій мотивації персоналу.

Отже, враховуючи ці аспекти та інші специфічні особливості сфери туризму, підприємства можуть розробляти та впроваджувати стратегії мотивації, щоб забезпечити задоволення працівників та підвищення їх продуктивності.

Список використаних джерел

1. 11 інноваційних методів рекрутингу для покращення процесу найму працівників [Електронний ресурс] - <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1916>
2. Створення корпоративної культури [Електронний ресурс] - <https://hurma.work/blog/stvorennya-korporativnoyi-kulturi/>
3. Як ефективно впровадити систему мотивації для персоналу [Електронний ресурс] - <https://blog.agrokebety.com/yak-efektyvno-vprovadyty-systemu-motyvatsiyi-dlya-personalu>

Корольова Катерина Миколаївна
магістрантка, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

ЕКОНОМІЧНІ ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ УКРАЇНСЬКОЇ ЗОВНІШНЬОЇ ПОЛІТИКИ В УМОВАХ ВІЙНИ ТА ПІСЛЯКРИЗОВОГО ВІДНОВЛЕННЯ

Україна в останні десятиріччя пережила важкий період внаслідок військового конфлікту на сході країни та ряду економічних криз. Ці події створили серйозні економічні виклики, які вимагають ефективної реакції у вигляді правильної зовнішньої політики. В умовах війни українська зовнішня політика виявляється ключовим інструментом для подолання цих викликів та використання можливостей для стабілізації та розвитку економіки.

Наразі Україна стикається з багатьма викликами, такими як [1]:

1. Спад економічної активності: Військові дії та кризові ситуації призводять до спаду економічної активності через зниження виробництва та послуг, а також через зменшення споживчого попиту та інвестицій.

2. Збільшення бюджетного дефіциту: Витрати на оборону та відшкодування шкід, завданих конфліктом, призводять до зростання бюджетного дефіциту, що може стати серйозним обмеженням для економічного розвитку.

3. Збільшення безробіття: Зниження активності підприємств та збільшення числа людей, які втратили роботу через військові дії та кризові ситуації, призводить до зростання безробіття та зниження рівня життя населення.

Одним із перших кроків у розв'язанні економічних викликів є залучення міжнародної підтримки. Українська зовнішня політика у військовій та післякризовій ситуаціях має спрямовуватися на пошук нових торговельних та економічних партнерів для заміщення втрат в результаті конфлікту. Це може бути здійснено через активну дипломатичну роботу, в результаті якої будуть укладені міжнародні угоди та домовленості щодо надання фінансової допомоги та інвестицій в українську економіку. Також важливо проводити дієву комунікацію з міжнародними партнерами для висвітлення потреб України та переконання у необхідності надання допомоги [2].

Розвиток нових торговельних партнерств є ще однією можливістю для України. Шляхом пошуку нових ринків збуту для українських товарів та послуг можна зменшити залежність від вже існуючих ринків та збільшити обсяги експорту. Для цього важливо активно вести переговори з потенційними партнерами, а також розробляти та реалізовувати стратегії з просування українських товарів на зовнішні ринки.

Диверсифікація економічних зв'язків також має велике значення у подоланні економічних викликів. Шляхом розширення спектру партнерів та ринків збуту Україна може зменшити вплив внутрішніх та зовнішніх

економічних шоків на свою економіку. Для цього важливо розвивати та підтримувати різноманітні економічні зв'язки з країнами різних регіонів світу.

Участь у міжнародних економічних організаціях є однією з ключових стратегій у розв'язанні економічних викликів. Членство в таких організаціях дозволяє отримати доступ до різноманітних ресурсів та можливостей для розвитку економіки, а також сприяє покращенню іміджу країни на міжнародній арені.

Україна стоїть перед серйозними економічними викликами, спричиненими війною та післякризовим відновленням [3]. Проте, шляхом ефективного використання можливостей та правильно спрямовану зовнішню політику країна має можливість подолати ці виклики та реалізувати свій економічний потенціал [4]. Залучення міжнародної підтримки, розвиток нових торговельних партнерств, диверсифікація економічних зв'язків та активна участь у міжнародних економічних організаціях є ключовими елементами успішної стратегії зовнішньої політики України в умовах економічної нестабільності.

Список використаних джерел

1. Актуальні виклики та загрози економічній безпеці України в умовах воєнного стану. Національний інститут стратегічних досліджень. URL: <https://niss.gov.ua/publikatsiyi/analitichni-dopovidi/aktualni-vyklyky-ta-zahrozy-ekonomichnyi-bezpetsi-ukrayiny-v> (дата звернення: 11.03.2024).

2. Політичні, економічні і структурні наслідки російської агресії для України і світової спільноти. завдання економічного відновлення України у повоєнний період з врахуванням євроінтеграційних пріоритетів. Центр Разумкова. URL: https://razumkov.org.ua/images/2023/04/21/2023_04_consequences_of_the_war_for_ukraine.pdf (дата звернення: 11.03.2024).

3. Національний банк України. П'ять основних висновків про економічну політику під час війни та в період післявоєнної відбудови: підсумки VII Щорічної дослідницької конференції НБУ та НБП. Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/pyat-osnovnih-visnovkiv-pro-ekonomichnu-politiku-pid-chas-viyni-ta-v-period-pislyavoyennoyi-vidbudovi-pidsumki-vii-schorichnoyi-doslidnitskoyi-konferentsiyi-nbu-ta-nbp> (дата звернення: 11.03.2024).

4. Ukrinform. Чим прислужиться Україні світовий досвід повоєнної відбудови. Укрінформ - актуальні новини України та світу. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-vidbudova/3690887-cim-prisluzitsa-ukraini-svitovij-dosvid-povoennoi-vidbudovi.html> (дата звернення: 11.03.2024).

**Кузуб Валерія Миколаївна,
Сулим Анастасія Олександрівна,
Тарасенко Ольга Дмитрівна**
здобувачки, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

АКТУАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЗОВНІШНЬОЇ ПОЛІТИКИ І НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ НІМЕЧЧИНИ

На сьогоднішній день Німеччина є однією з ключових гравців у світовій політиці, і актуальні тенденції її зовнішньої політики відображаються в її стратегічних інтересах та діяльності на міжнародній арені. Деякі з найважливіших тенденцій у зовнішній політиці Німеччини на сьогоднішній день включають [1]:

Зміцнення ролі Європейського Союзу. Німеччина прагне зміцнити роль ЄС як ключового актора на світовій арені. Вона активно підтримує європейську інтеграцію та спільні заходи в таких сферах, як зовнішня політика, безпека та економіка.

Стратегічне партнерство зі Сполученими Штатами та Європейськими країнами. Німеччина прагне зміцнити співпрацю зі своїми трансатлантичними партнерами, зокрема зі Сполученими Штатами, що включає спільні дії у сферах безпеки, торгівлі та боротьби зі зміною клімату.

Активна роль у міжнародних організаціях. Німеччина виступає як активний учасник та лідер у різних міжнародних організаціях, таких як ООН, НАТО, Європейський Союз та інші. Вона сприяє зміцненню міжнародного порядку та розв'язанню глобальних проблем.

Фокус на розвиток. Німеччина зосереджує увагу на сприяттні економічному розвитку, особливо в країнах світу з ринками, що розвиваються. Вона активно підтримує програми допомоги та інвестицій, спрямовані на покращення умов життя та забезпечення стабільності у регіоні.

Безпека та оборона. Німеччина збільшує свої зусилля у сфері безпеки та оборони, зокрема шляхом збільшення військового бюджету та участі в міжнародних миротворчих місіях.

У цілому, зовнішня політика Німеччини на сьогоднішній день спрямована на зміцнення міжнародного порядку, підтримку міжнародної стабільності та безпеки, а також на розвиток економічних та політичних відносин з партнерами по всьому світу.

Актуальні тенденції національної безпеки Німеччини включають такі аспекти [2]:

Терористичні загрози. Німеччина, як і багато інших країн, стикається з загрозою тероризму, зокрема внаслідок дій різних терористичних груп та радикальних екстремістських організацій. Особливу увагу приділяють запобіганню терористичних актів та боротьбі з радикалізацією громадян.

Кібербезпека. Зростаюча кількість кібератак та кіберзлочинів ставить під загрозу інформаційну безпеку Німеччини. Країна зосереджує увагу на розвитку кіберзахисту, захисті критично важливих інфраструктур та боротьбі з кіберзлочинністю.

Гібридна війна. Німеччина активно працює над захистом від гібридної загрози, яка може включати дезінформацію, кібератаки, психологічну війну та інші форми неконвенційних загроз.

Міграційна безпека. З моменту кризи біженців у 2015 році Німеччина зосереджує увагу на контролі за міграційними потоками, вдосконаленні системи адаптації та інтеграції біженців, а також запобіганні нелегальній міграції та злочинності.

Енергетична безпека. Німеччина вважає енергетичну безпеку однією з ключових складових національної безпеки, оскільки залежність від імпортованих джерел енергії може створити вразливість у випадку зміни геополітичних обставин.

Геополітична стабільність. Німеччина виступає за збереження міжнародної стабільності та мирного врегулювання конфліктів, сприяючи діалогу та співпраці між країнами [3].

Загалом, Німеччина активно реагує на різні виклики у сфері національної безпеки, співпрацюючи як на рівні національному, так і в рамках міжнародних організацій і спільно з партнерами по всьому світу.

Список використаних джерел

1. Buriak A., Levchenko I., Herashchenko V., Shevchenko O. Impact of full-scale war on changes in the format of Ukraine's cooperation with the European Union. *The EU Cohesion policy and healthy national development: Management and promotion in Ukraine: monograph*. In: Letunovska N., Saher L. & Rosokhata A. Szczecin: Centre of Sociological Research, 2023. P. 369–378. DOI: <https://doi.org/10.14254/978-83-968258-5-8/2023>
2. Chyckalo-Kondratska I.B., Buriak A.A., Levchenko I.V., Shyriaieva A.O. International marketing in the educational process: the experience of higher education institutions in Germany. *Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту*. № 1 (29). 2023. С. 42 – 51.
3. Буряк А.А., Маховка В.М., Сторожук Л.М. Стратегія і механізми запровадження цифрової економіки в країнах ЄС та Україні як умова подолання кризових явищ. *Економіка і регіон*. 2023. № 2(89). С. 53–59. DOI: [https://doi.org/10.26906/eip.v0i2\(89\).2934](https://doi.org/10.26906/eip.v0i2(89).2934)

Кузьменко Юлія Миколаївна,
магістрантка, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

ТРАНСНАЦІОНАЛЬНІ КОРПОРАЦІЇ У СУЧАСНІЙ ГЛОБАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Глобальні тенденції розвитку сучасної міжнародної економіки спричинили виникнення і поширення діяльності транснаціональних корпорацій. У зв'язку з цим дослідження місця ТНК у глобальній економіці та їх вплив на міжнародні економічні відносини мають велике наукове і практичне значення.

Сьогодні ТНК стали невід'ємною складовою зовнішньоекономічної діяльності будь-якої розвиненої країни, кількість їх філій щороку зростає. За даними Конференції ООН з торгівлі та розвитку, в усьому світі налічується більше 100 тис. ТНК, що мають 810 тис. зарубіжних філій. На ТНК припадає 50% світової торгівлі, 80% винаходів і ліцензій. Згідно з оцінками аналітиків, експорт зарубіжних філій ТНК складає приблизно 1/3 від світового експорту товарів і послуг, ринкова капіталізація окремих ТНК перевищує 500 млрд. дол. США, а щорічні обсяги продажів становлять 150 – 200 млрд. дол. Існують різні оцінки діяльності ТНК та їх впливу на економіки країн як базування, так і приймаючих. Але в будь-якому випадку слід визнати, що ТНК є найважливішим суб'єктом глобальної економіки, рушійною силою глобалізаційних процесів. ТНК як складова система постійно взаємодіє із зовнішнім середовищем на національному та світовому рівнях. Доменами найбільших ТНК в основному є держави із сильними, стабільними економіками такі, як: США, Великобританія, Німеччина, Китай, Японія, Франція та ін. На територіях економічно розвинутих держав розміщено понад 80% материнських компаній і близько 33 % філій іноземних доменів; у країнах, які розвиваються, відповідно 19,5 % і майже 50 %, у постсоціалістичних – близько 0,5% і 17% [1, с. 26].

Рішення про діяльність ТНК у тій чи іншій країні визначається її стратегічними планами. Теоретичним підґрунтям можливості реалізації стратегічних цілей ТНК є модель Даннінга і Портера, яка дістала назву "Еклектичної парадигми чи парадигми OLI". Згідно з цією теорією при прийнятті рішення щодо іноземного інвестування ТНК мають приділяти увагу наявності трьох основних умов: 1. О (ownership specific advantages) – особисті переваги фірми. Даннінг виділяє три типи специфічних переваг: 1) монопольні переваги, які проявляються у формі привілейованого доступу до ринків через володіння обмеженими природними ресурсами, патентами, торговельними марками; 2) технологічні переваги, які з'являються в процесі активної інноваційної діяльності; 3) переваги, пов'язані з розміром підприємства (ефект масштабу). На відміну від своїх попередників, Дж. Даннінг розглядає ще такий фактор, як час. Для приймаючої країни створення

власності з "нуля" є доволі затратним процесом, але можливе їх перенесення у формі прямих іноземних інвестицій. Це створює синергетичний ефект і зворотний зв'язок, в результаті чого для багатонаціонального підприємства з'являються додаткові можливості у вигляді доступу до нових ринків капіталу, інформації, диверсифікації ризиків тощо. 2. L (location advantages) – перевага розміщення. Саме переваги розміщення різних країн є ключовими факторами, що визначають, які країни стануть приймаючими стосовно діяльності ТНК. Специфічні переваги кожної країни поділяються на три категорії: 1) кількісні та якісні фактори виробництва, транспортні витрати, стан інфраструктури, розмір ринку, пільгове оподаткування, дешева робоча сила та ін.; 2) політика державних органів щодо створення сприятливого інвестиційного клімату; 3) соціальна категорія, до якої відносять культурні відмінності, ставлення до іноземців тощо. 3. I (internalization advantages) – перевага інтернаціоналізації, що стосується можливості засвоїти ринок за рахунок переносу виробничих філій в іншу країну, якщо це є більш економічно доцільним, ніж виробництво на місцевому ринку [2, с. 117].

Розвиток іноземного інвестування в Україні розпочався одночасно з отриманням суверенітету нашої країни у 1991 р., коли економіка країни стала відкритою для іноземних інвесторів. В Україні однією з найбільших ТНК, які вклали значні фінансові ресурси, є Coca Cola з обсягом інвестиційних коштів 230 млн. дол. та інші. Найбільш привабливими секторами вітчизняної економіки для ТНК є харчова промисловість (швейцарська компанія Nestle та ін.); торгівля; фінансовий сектор; фармацевтика [1, с. 29]. Але слід підкреслити, що економіка України потребує довгострокових інвестицій для відновлення та покращення функціонування вітчизняної промисловості.

Отже, ТНК на сьогоднішньому етапі розвитку світового господарства відіграють важливу роль. Адже вони впливають на економіки приймаючих країн, прискорюють науково-технічний процес, інтернаціоналізацію господарського життя, залучаються прямі іноземні інвестиції, відкривається доступ до фінансових ресурсів ТНК, відбувається інтеграція до світових економічних процесів, полегшується доступ до зовнішніх ринків. Тому в Україні необхідно вивчати досвід функціонування ТНК та поширювати співпрацю з ними, враховуючи інтереси вітчизняної економіки.

Список використаних джерел

1. Мадяр Р. О. Транснаціоналізація українського бізнесу в глобальній економіці / Р.О. Мадяр, Ю.Б. Кушнір, М.І. Далекорей. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 11. С. 26 – 31.
2. Пенська І.О. Особливості впливу ТНК на економічний розвиток України. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2020. №3. С.114–123.

Левченко Ірина Василівна,
докторка філософії, доцентка кафедри
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія
Кондратюка»

УКРАЇНСЬКІ ОРГАНІЧНІ БРЕНДИ НА ЗАКОРДОННОМУ РИНКУ

Розвиток країни в умовах глобалізації та виведення зовнішньоекономічної діяльності України на європейський ринок як і в інших індустріально розвинутих країнах є дуже важливим показником для вітчизняних компаній.

Технологія брендингу займає особливе місце в маркетинговій стратегії, особливо для експортоорієнтованих компаній. Бренд є одним з найважливіших елементів маркетингової діяльності.

Незважаючи на те, що пройшов другий рік тотальної війни агропромисловий комплекс не зупиняється у виробництві товарів, особливо стійко тримаються виробники органічної продукції і активно шукають нові можливості не лише для відновлення, а й для доданої вартості та відкриття нових експортних ринків. Завдяки цілеспрямованості та співпраці українських виробників органічних продуктів, Департаменту аграрної та продовольчої політики України, Державної служби України з питань безпеки харчових продуктів та захисту споживачів, Державного агентства з розвитку підприємництва та експорту та міжнародних програм, за підсумками минулого року відбулося багато цікавих та важливих заходів спрямованих на просування вітчизняної продукції на зовнішній ринок.

Не дивлячись на те, що деякі виробники лише планують вийти чи закріпитися на закордонному ринку, є й такі, що вже загартовані та мають свої потенційних споживачі. Тому пропонуємо детально розглянути органічні бренди, що займають лідируючі позиції на ринку. Компанія BrandStory вже три роки співпрацює з органом сертифікації «Органік Стандарт» у напрямі проведення та публікації рейтингу найвідоміших і визнаних органічних брендів України. Їхня оцінка базується на обсягах виробництва та продажів на внутрішньому та зовнішньому ринку, присутності бренду в торгових мережах та активності бренду в ЗМІ, соціальних мережах. Отже, серед лідерів можна зустріти таких виробників як: Organic Milk, Фермерське господарство «Дунайський аграрій», ТМ «Старий Порицьк», компанію «Органік Оригінал», ТМ Organic Chicken, ТМ «Сквирянка», бренд «Агро Стариця», бренд «Spring Drops» ТОВ «Лілак», ТМ Organic Meat, бренд Organic Terra належить ПП «Органічна теплиця», бренд BigBlue, що належить сільськогосподарському

виробничому кооперативу «Ягідки», ТМ «Family Garden», ТОВ «Бранчо Україна», ТМ «Рудь» АТ «Житомирський маслозавод» [1-3].

ТОВ «Бранчо Україна» з моменту відкриття швидко перетворилася з місцевого виробника до експортера екологічно чистої продукції. Продукція підприємства виробляється відповідно до міжнародних вимог ЄС та сертифікована «Органік Стандарт» [2].

Торгова марка «Spring Drops» заснована в 2012 році і є дочірньою компанією ТОВ «Лілак» у Чернівецькій області. Щороку компанія випускає понад 700 000 літрів соку під ТМ «Spring Drops». Після початку війни в Україні виник дефіцит склотари, основного виду упаковки для продукції ТОВ «Лілак». Щоб нормалізувати ситуацію, компанія почала шукати склотару за межами України та завезла велику кількість її з Молдови. Загалом більше половини виробленої продукції йде на експорт. Більшість продукції, що експортується, є продукцією під брендом «Spring Drops» [2].

«Рудь» є відомим брендом Житомирського маслозаводу і успішно випускає свою продукцію під цим брендом з 1998 року. Підприємство спеціалізується на виробництві різноманітної молочної продукції, в тому числі: вершки, йогурти, масло, спреди, заморожені сири та морозиво. Виробляють також заморожені напівфабрикати, такі як пельмені, пельмені, заморожені овочі та заморожене тісто. В асортименті понад 100 найменувань. Морозиво ТМ «Рудь» представлене в 37 країнах світу. Органічну продукцію експортують під своєю ТМ «Ескімос Organic» та під приватними європейськими торговими марками до Польщі та Німеччини [2].

Враховуючи ситуацію на ринку органічних продуктів можна зробити висновок, що вітчизняні бренди органічної продукції користуються достатнім попитом на закордонному ринку, тому інші можуть перебирати позитивний досвід таких компаній як: ТОВ «Бранчо Україна», ТОВ «Лілак», ТМ «Рудь».

Список використаних джерел

1. Organicinfo.ua. (2023). Підсумки 2023 року в органічному секторі. URL: <https://organicinfo.ua/news/results-of-2023/>.
2. Brandstory.com.ua. (2023). ORGANIC'23: Українські органічні бренди в ритейлі за кордоном <https://brandstory.com.ua/rejtingi/organic-23-ukrainski-organichni-brendi-lideri-eksportu>.
3. Thepage.ua. (2023). Топ-10 органічних брендів України від Brandstory | The Page. <https://thepage.ua/ua/news/top-10-organichnih-brendiv-ukrayini-vid-brandstory>.

Левченко Ірина Василівна,
докторка філософії, доцентка кафедри
Даніленко Аліна Вікторівна,
здобувачка, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

EVENT-МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК

У сучасному ринковому середовищі звичайних методів комунікації вже не вистачає для зайняття передових позицій, саме тому Event-маркетинг стає ключовим інструментом для просування. Цей підхід акцентує свою увагу на емоційній складовій поведінки споживача, дозволяючи підвищити ефективність взаємодії з аудиторією.

Event-маркетинг – це стратегія маркетингу, яка передбачає використання подій або заходів для просування бренду, продукту чи послуги. Це може бути будь-який вид події, від виставок і конференцій до презентацій, демонстрацій, акцій або фестивалів. Головна мета Event-маркетингу – створити позитивне сприйняття бренду серед цільової аудиторії, залучити увагу, сприяти взаємодії з клієнтами та створити платформу для взаємодії та обміну ідеями. Ця стратегія може бути дуже ефективною для побудови стосунків з клієнтами та залучення нових споживачів [1].

Проведення та відвідування заходів є важливою складовою стратегії залучення клієнтів. Бізнес-зустрічі допомагають збирати аудиторію, яка цікавиться вашою сферою діяльності, продуктом або новими можливостями загалом. Існує ймовірність, що відвідувачі Event пізніше стануть гарячими лідами та лояльними клієнтами. Заходи сприяють підвищенню лояльності. Люди відвідують конференції та семінари, щоб знайти корисні контакти, отримати нові знання, а також для того, щоб відволіктися від рутини і просто гарно провести час. Такий позитивний досвід взаємодії з компанією створює міцний емоційний зв'язок з брендом. Тому заходи сприяють розвитку маркетингу взаємин [2, 3].

До основних переваг Event-маркетингу можна віднести наступне:

Event-маркетинг забезпечує появу потенційних клієнтів закордоном та збільшення обсягів продажу. Проведення заходів призводить до приваблення більшої кількості людей, які вже зацікавлені в продукті, галузі або належать до цільової аудиторії. Якщо компанія стає спонсором заходу, вона може повернути потенційних клієнтів за допомогою email-розсилок, демонстрацій або організації конкурсів.

Event-маркетинг стимулює персональний інтерес. Це допомагає компанії побудувати лояльність до бренду за межами України і полегшити відносини з наявними клієнтами.

Event-маркетинг сприяє створенню усвідомлення про український бренд. Це ключовий аспект розвитку бренду, оскільки показники за 2016 рік показали, що 81% компаній вважають створення усвідомленості та впізнаваності бренду головним досягненням Event-маркетингу.

Event-маркетинг сприяє навчанню. Такі заходи фокусуються на навчальних та розважальних аспектах для аудиторії, при цьому просуваючи свої товари, бренди та компанію [4].

Подієвий маркетинг є важливим інструментом для просування на міжнародному ринку з кількох причин. По-перше, він надає можливість взаємодіяти з міжнародною аудиторією безпосередньо, що сприяє побудові стосунків та залученню уваги до бренду чи продукту. Заходи, такі як міжнародні конференції, виставки або форуми, створюють платформу для спілкування з представниками інших країн, обміну ідеями та встановлення партнерських зв'язків. По-друге, Event-маркетинг дозволяє пристосовувати комунікаційні стратегії до конкретних потреб та культурних особливостей різних ринків [4]. Це дозволяє підвищити ефективність комунікації та забезпечити більший рівень розуміння та прийняття продукту чи послуги. Крім того, заходи на міжнародному ринку можуть сприяти підвищенню впізнаваності бренду та позиціонуванню його як міжнародного гравця. Успішно організовані події можуть створити позитивний імідж компанії та залучити увагу потенційних клієнтів, що сприяє розвитку бізнесу на міжнародному рівні.

Список використаних джерел

1. Подієвий маркетинг. Send Pulse. 2023. URL: <https://sendpulse.ua/ru/support/glossary/event-marketing>
2. Зеленська Л. М. Івент-заходи як креативний інструмент корпоративного управління. Управління культурними проектами і креативна індустрія: культурологічний альманах. Київ. НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2019. С. 21–24.
3. Kuzniak V. Особливості застосування digital - стратегії та customer journey mapping для просування органічної продукції. / В. Kuzniak, I. Novytska, E. Khaustova // Науковий журнал «Економіка і регіон». – Полтава: ПНТУ, 2018. – Т. (3(70)). – С. 71-79. – doi: [https://doi.org/10.26906/EiR.2018.3\(70\).1246](https://doi.org/10.26906/EiR.2018.3(70).1246) .
4. Мунтян І., Князева О., Значек Р. Event-маркетинг в системі маркетингових комунікацій України. Економіка та суспільство. 2021. №28. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-28-52> .

Лугова Валентина Юріївна,
магістрантка, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ АЛЬТЕРНАТИВНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ У СУЧАСНІЙ ГЛОБАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ

В умовах виснаження багатьох природних джерел енергетичних ресурсів, а також забруднення навколишнього середовища у результаті використання цих природних ресурсів, доцільною можна вважати думку щодо заміни їх альтернативними джерелами енергії.

Альтернативну енергетику можна визначити як сукупність таких перспективних способів отримання достатніх за потужністю потоків енергії, які поширені доки не так широко, як традиційні, але представляють інтерес внаслідок перспективності їх використання при зниженому ризику спричинення шкоди екології. Перелік таких напрямів енергетики включає вітроенергетику, геліоенергетику, гідроенергетику альтернативну (приливні, хвилеві, безплотинні, градієнтно-температурні, міні- і мікро ГЕС), геотермальну, біопаливну, водневу енергетику (паливні елементи і водневі двигуни) і інші.

На сучасному етапі технологічний прогрес повинен сприяти зростанню продуктивності праці, поліпшенню екологічної ситуації, створенню можливостей для здорового способу життя, саме ці показники і є основними сильними сторонами енергетичної стратегії, заснованої на повсюдному впровадженні технологій нетрадиційних, відновлювальних джерел енергії. Цей інноваційний процес є обов'язковою і базовою умовою забезпечення конкурентоспроможності виробництва і продукції, завоювання і утримання позицій на ринках, підвищення продуктивності, а у результаті і ефективності, як підприємства, так і економіки країни в цілому.

Світова наука називає малу і альтернативну, нетрадиційну енергетику – енергетикою майбутнього. Значне поширення водневих паливних елементів (ПЕ) спостерігалось в період з 2008 по 2018 р. У цей період у світі було введено в експлуатацію 186 установок на базі ПЕ з потужністю від 250 к Вт до 4,8 МВт. З них 112 установок було запущено в США, 26 – в Південній Кореї, 17 – в Японії, 10 – в Німеччині [1]. Хоча Україна є одним з найперспективніших ринків для впровадження технологій ПЕ, в нашій країні практично нема організацій, що займаються розробкою і постачанням ПЕ і інфраструктури для впровадження енергозбережних установок на її основі. Переважання традиційних джерел енергії в структурі енергетики і слабка зацікавленість держави у використанні водневих ПЕ в промислових комплексах також перешкоджають впровадженню сучасних інноваційних енергетичних технологій [2].

Головною метою розвитку малої альтернативної енергетики є розробка та інноваційне освоєння нових технологій виробництва, зберігання, транспортування і використання в різних секторах національної економіки, і

збільшення частки цього виду енергії в балансі енергоспоживання країни, забезпечення на цій основі економії викопного палива і зменшення об'ємів викидів парникових газів в атмосферу.

Застосування ПЕ для резервування систем традиційної енергетики, а також як автономні джерела енергії дозволяє отримати екологічний, економічний, і соціальний ефекти в усіх ланках ланцюга постачань електроенергії, а також дозволяє використовувати такі переваги паливних елементів, як: спрощення передачі енергії; високий ККД; низький рівень токсичних викидів і шумів; швидка реакція на перепади потужностей; можливість використовувати різні види палива. Застосування паливних елементів, має ряд істотних недоліків, серед яких виділяють: високу ціну ПЕ; відсутність розвинутої водневої інфраструктури, пов'язаної з проблемами отримання і зберігання водню; досить висока собівартість енергії. Ці обставини визначають необхідність реалізації стратегічного підходу до рішення вказаних проблем використання альтернативних технологій видобутку енергії, включаючи ПЕ.

Важлива функція малої енергетики – створення резервних джерел живлення (енергопостачання), що робить можливим захист споживача від перебоїв в основній мережі. Це особливо важливо для електропостачання медичних, військових, торговельних і виробничих комплексів. Мала енергетика найбільш затребувана сьогодні в енергоємних виробництвах нафтохімії, текстильної промисловості, виробництві мінеральних добрив. Значна частина собівартості продукції та послуг припадає на енергетичні витрати. Вкладені кошти в будівництво об'єктів малої альтернативної енергетики не тільки швидко окупаються, але і роблять підприємство незалежним від зростання цін на електроенергію і вуглеводневу сировину.

Якщо темпи споживання паливних ресурсів не зміняться, то вже у другій половині ХХІ століття виникне дефіцит нафти і газу. Інтенсифікація споживання вугілля пов'язана з множиною проблем: технічних, економічних, екологічних, соціальних. При цьому запаси вугілля можуть бути вичерпані в наступному столітті. Гідроенергетика здатна забезпечити не більше 20% усього необхідного в перспективі енергобалансу [2]. У цих умовах усі держави світу, у тому числі й Україна, повинні активно розвивати альтернативну енергетику.

Список використаних джерел

1. Рязанова Н.О. Нетрадиційна енергетика як фактор інноваційного розвитку електроенергетики. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 18. С.23 – 26.
2. Енергетична стратегія України на період до 2030 року. URL: zakon.rada.gov.ua/signal/kr06145a.doc

Маньковський Олег Юрійович,
здобувач, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Під поняттям глобалізації матимемо на увазі процес трансформації світового господарства в єдиний економічний, політичний, інформаційний, соціальний, фінансовий простір внаслідок прискорення і інтенсифікації взаємовідносин між країнами. Глобалізація має як позитивні (наприклад, зростання кількості робочих місць, удосконалення технічних засобів виробництва, зростання рівня життя населення загалом), так і негативні наслідки. Виділимо наступні негативні наслідки: необхідність підтримки постійних темпів економічного зростання, яке вимірюється зростанням ВВП, що, на нашу думку, має значні недоліки; нерівність розподілу доходів; надмірне споживання; негативний вплив на навколишнє середовище.

Сучасний етап розвитку глобалізаційних процесів характеризується зростанням обсягів виробництва. Під «збільшенням обсягу виробленої продукції» найбільш правильно було б вважати економічне зростання – один з найголовніших термінів, який використовується у побудові політики будь-якої країни, неважливо на якій стадії економічного розвитку вона знаходиться зараз. Оскільки метою статті є висвітлення проблематики сучасного стану світової економіки в умовах інтенсифікації глобалізаційних процесів, а однією з характерних рис глобалізації є безпосередньо економічне зростання, актуальним постає питання доцільності тих темпів економічного зростання в розвинених країнах, які характерні їм зараз. Чи настільки воно важливе в контексті інтенсивності сучасної глобалізації та її негативних проявів, і чи можливо вибудувати таку державну політику, основною метою якої не буде постійне збільшення ВВП в майбутній перспективі? ВВП як показник виміру добробуту країни: негативні наслідки зростання та недоцільність сучасного використання. Для вимірювання економічного зростання використовують такі показники, як: збільшення обсягів ВВП за обраний період часу, збільшення обсягу ВВП на особу та збільшення обсягу ВВП на одного зайнятого.

Цікавим є той факт, що навіть приріст у кілька мільярдів людей в країнах з низьким рівнем доходу залишив би глобальний викид вуглекислого газу майже без змін в той час, як збільшення кількості населення країн з високим рівнем доходу хоча б на 1 мільярд призведе до збільшення CO₂ в повітрі майже на третину [2]. Методами вирішення проблеми негативного впливу економічного зростання на навколишнє середовище в розвинених країнах можуть бути: – впровадження ефективної державної політики, яка відповідає екологічним потребам країн і вдало імплементована у національну нормативну

базу; – нові перспективи виробництва: виробляти продукцію, яка в процесі використання не несе негативного впливу на загальний екологічний стан; – виробництво електроенергії «екологічно чистим» способом; – методи транспортування, які або не забруднюють повітря або забруднюють його меншими темпами, ніж зараз: збільшення кількості велосипедних доріжок, перевага громадському транспорту, який вміщує більшу кількість людей; один з найдієвіших методів – скоротити обсяги виробництва, а разом з ними, і обсяги економічного зростання.

Разом з посиленням глобалізаційних процесів збільшуються і потреби людства. Виникає певна суперечність, адже людські потреби мають властивість збільшуватись до нескінченності в той час, як ресурси нашої планети лише меншають, що значно порушує баланс. За умови глобалізаційних процесів часто причинами цього є прискорення міжнародної торгівлі та зростання обсягів виробництва, а разом з ним і швидке зростання потреб споживачів. Крім того, до основних причин важливо додати також і розвиток капіталізму, адже явище суспільного споживання є його логічним та неминучим наслідком. З точки зору маркетингу, суспільство масового споживання бере початок з «маркетингової революції», в ході якої задоволення та надмірна увага до потреб споживачів стали основною метою будь-якої компанії. В 2021 році до списку країн з найбільш нерівномірним рівнем розподілу доходів увійшли саме розвинені країни: Японія, Ізраїль, Корея, Латвія, Велика Британія, Литва, США, Туреччина, Мексика, Чилі. Для подолання всіх цих проблем потрібно зрозуміти, що на сучасному етапі розвитку питання формулювання політики економічного зростання в розвинених країнах є нагальною потребою. Необхідне помірне зростання, яке використовує мінімум природних ресурсів. Для цього потрібен перегляд політичних та соціальних пріоритетів економічно розвинутих країн. Найбільш популярними концепціями економічного зростання в XXI столітті є: «зелене зростання» (а поруч з ним і «блакитне зростання»), концепція нульового та від'ємного росту, сталий розвиток. Кожна з них має свої плюси й мінуси, говорити про пріоритети у виборі тієї чи іншої концепції поки зарано. Проте, все більше стає зрозуміло, що проблема заміни моделі економічного зростання вже назріла.

Список використаних джерел

1. Герасименко А.Г. Місце України у глобальній економіці: сучасний стан та перспективи. Проблеми системного підходу в економіці. 2022. 4 (78). С.45-50.
2. Our World in Data [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ourworldindata.org/>

Новак Марія Андріївна,
магістрантка, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

ВЕНЧУРНИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО КОНФЛІКТУ

Україна, зіштовхнулася з непередбаченими викликами у зв'язку з воєнним конфліктом на своїй території.

Міжнародні економічні відносини України в умовах військових дій мають свої особливості та виклики:

А. Воєнний конфлікт суттєво впливає на зовнішньоторговельні відносини України. Нестабільність у країні призведе до зниження обсягів зовнішньої торгівлі, втрати ринків збуту та обмеження доступу до імпортованих товарів та послуг.

В. Воєнний конфлікт змушує Україну звертатися до міжнародної спільноти за гуманітарною допомогою та підтримкою. Це включає фінансову допомогу, медичне обладнання, гуманітарну допомогу для внутрішньо переміщених осіб та інші види допомоги.

С. Військові дії призводять до введення санкцій та торговельних обмежень проти України з боку деяких країн або міжнародних організацій. Це негативно впливає на зовнішню торгівлю та економічний розвиток країни.

Венчурний бізнес в Україні в умовах воєнного конфлікту також стикається зі значними викликами та обмеженнями, проте він може бути джерелом інновацій та розвитку навіть у найскладніших умовах. Я вважаю, що саме венчурний бізнес може допомогти стабілізувати обстановку в Україні та тримати нашу економіку на плаву, тож хочу поговорити про нього.

Точну статистику складно визначити в умовах воєнного конфлікту, але зрозуміло, що венчурний бізнес також відчуває вплив конфлікту та пристосовується до нових умов. Венчурні інвестиції змінили свою географію та спрямувалися на проекти, які не є прямо пов'язаними з областями, що потенційно постраждали внаслідок конфлікту. Інвестори менш схильні ризикувати в умовах нестабільності та загрози конфлікту.

Тому венчурні інвестори, підприємці та стартапи змушені адаптуватися до нових умов, де загроза є невід'ємною частиною бізнес-середовища, а саме:

1) Однією з основних викликів є забезпечення безпеки для бізнесу та його працівників. Це включає в себе захист від можливих військових загроз, кібератак та інших форм агресії. Крім того, венчурні інвестори мають оцінювати ризики, пов'язані зі змінами у політичному та економічному середовищі країни.

2) Ще одним важливим аспектом є збереження доступу до фінансування. Умови воєнного часу можуть призвести до зменшення інвестиційної активності та обмеження доступу до капіталу. Венчурні фонди повинні шукати стратегії ризик-менеджменту та співпрацювати з міжнародними партнерами для забезпечення стабільності фінансування.

3) Незважаючи на ці виклики, венчурний бізнес в Україні може знайти можливості в умовах воєнного часу. Деякі сектори, такі як кібербезпека, військові технології та гуманітарна допомога, можуть мати підвищений попит у таких умовах. Крім того, венчурні підприємства можуть сприяти інноваціям та розвитку технологій для підтримки військових операцій та гуманітарних заходів.

4) Важливо співпрацювати з урядовими органами та міжнародними партнерами для отримання підтримки, а також для доступу до ресурсів та можливостей для розвитку в умовах воєнного конфлікту.

Загалом, венчурний бізнес в Україні в умовах воєнного часу потребує уваги до безпеки, ризик-менеджменту та пошуку нових можливостей. Це вимагає співпраці всіх зацікавлених сторін - венчурних інвесторів, підприємців та урядових органів - для забезпечення стійкості та розвитку венчурного екосистеми в умовах небезпеки.

**Олефір Ірина Геннадіївна,
Шутко Богдана Степанівна,
Резнік Юлія Геннадіївна**

здобувачки, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВИХ ДІЙ ТА ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ

Зі зміною реалій сьогодення виникає необхідність адаптації стратегій та підходів до вирішення актуальних проблем та викликів. У контексті міжнародних економічних відносин України, ця необхідність стає особливо важливою через постійну зміну обставин, які включають в себе геополітичні та економічні фактори. Проте, не дивлячись на складність сучасної політичної та економічної кризи, існують перспективи та перешкоди для успішного розвитку міжнародних економічних відносин: військові дії та їх вплив на економічні відносини України.

Експерти Світового банку і Єврокомісії оцінюють пошкодження від війни в Україні в період з 24 лютого 2022 року до 24 лютого 2023 року в сумі 134,7 млрд доларів, а потреби у відновленні 410,6 млрд. доларів. Одним з головних завдань Кабміну залишається подальше посилення економіки України. Для цього виокремлені основні напрямки, серед яких: залучення інвестицій і страхування інвестпроекторів; енергетика та деокупація Запорізької атомної електростанції, південні порти і порти Дунаю; експорт в ЄС наземним транспортом; повернення українців з-за кордону; платформа «Зроблено в Україні»; конфіскація російських активів; розвиток оборонно-промислового комплексу; євроінтеграція [1].

Також відповідно до Указу Президента від 21 квітня 2022 року № 266/2022 робоча група розробила проект плану повоєнного відновлення, яке ґрунтується на 5 основних принципах: негайний початок і поступовий розвиток; нарощення справедливого добробуту; інтеграція в ЄС; відбудова кращого, ніж було в національному та регіональному масштабах; стимулювання приватних інвестицій [2, 7, 8].

Сьогодні для України важлива співпраця, підтримка та посередництво міжнародних організацій у врегулюванні воєнного конфлікту. Як показала практика, міжнародна організація ООН, яка була покликана забезпечувати мир та безпеку у світі зі своєю місією не впоралася. З початку повномасштабної війни близько 40 країн світу надали Україні військову, гуманітарну та фінансову допомогу на суму майже 185 млрд доларів. Лідерами, з погляду частки допомоги Україні у власному ВВП, є країни Балтії та Польща. 0,63% свого ВВП на допомогу Україні витратила Словаччина. США надала 76,84 млрд доларів, що становить 0,33% від ВВП Штатів, Німеччина – 19,58 млрд доларів (0,27% ВВП країни). Це дані станом на 17 липня 2023 року[3]. Крім грошової і військової допомоги Велика Британія перша запровадила санкції проти агресора. Японія за два роки виділила пакет допомоги на 4,7 млрд євро на проекти щодо відновлення України [4, 7]. 13 лютого 2024 року в Україні розпочав роботу Фонд розвитку

потенціалу України (UCDF). Донорами проекту виступають такі країни як Нідерланди, Словаччина, Латвія, Японія, та Литва.

Ключовим пріоритетом допомоги ЄС Україні є підтримка малого та середнього бізнесу. 60% українських підприємств продовжують свою працю. 50% трансформували свій бізнес: 17% переорієнтували його на потреби оборони країни, 16% - змінили сферу діяльності, 13% - релокували бізнес. Допомога ЄС українським МСП зосереджена на таких головних напрямках: фінансові інструменти, доступ до фінансування; підтримка ММСП через нефінансові інструменти: бізнес-коучинг, консультації, поліпшення бізнес-середовища й умов ведення бізнесу. Одна з таких програм – EU4Business. В рамках цієї програми 100 українських мікро-, малих середніх підприємств з експортною спроможністю та інноваційним потенціалом можуть отримати до 10 тисяч євро [5].

Список використаних джерел

1. Economics (2024). Електронний ресурс. Режим доступу: https://lb.ua/economics/2024/03/05/601831_shmigal_rozpoviv_yak_planuyut.html
2. Recovery (2024). Електронний ресурс. Режим доступу: <https://recovery.gov.ua/>
3. Slovoidilo (2023). Електронний ресурс. Режим доступу: <https://www.slovoidilo.ua/2023/07/17/infografika/ekonomika/yaki-krayiny-soyuznyky-roblyat-najbilshyj-vnesok-peremohu-ukrayiny>
4. Forbes (2024). Електронний ресурс. Режим доступу: <https://forbes.ua/money/lobizm-advokatsiya-abo-strategichni-komunikatsii-yak-ukrainskomu-biznesu-zakhistiti-sebe-ta-vidstoyuvati-svoi-prava-v-es-rozpovidae-biznes-konsultant-olga-belkova-09032024-19746>
5. Eu4ukraine (2024). Електронний ресурс. Режим доступу: <https://eu4ukraine.eu/together-we-are-resilient-ua>
6. Ti-ukraine (2024). Електронний ресурс. Режим доступу: <https://ti-ukraine.org/en/blogs/reconstruction-of-ukraine-after-the-war/>
7. Левченко І.В. (2023) Особливості вантажних перевезень в умовах воєнного стану: вітчизняний та світовий досвід. Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції “Глобальна безпека та асиметричність світового господарства в умовах нестабільного розвитку економічних систем”, 8 грудня 2023 року, м. Кропивницький. С. 230-234.
8. Levchenko I. War as an Influencing Factor on the Logistics Management Processes of Foreign Economic Activity of Enterprises / I. Levchenko and others // Review of Economics and Finance, 2023, 21, 661-668. Available at: <https://refpress.org/ref-vol21-a70/>

Орленко Ростислав Володимирович,
магістрант, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

ПРОГНОЗИ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ КРИПТОВАЛЮТ У 2024 РОЦІ

За останнє десятиліття ми стали свідками масштабних змін на ринку криптовалют. Деякі з них уже досягають значних результатів і демонструють фантастичні шанси на надзвичайно велике зростання своєї вартості вже у 2024 році. Однак, якщо ми подивимося на криптовалютні прогнози на 2024 рік, ми можемо сказати, що ринок відновиться і це, ймовірно, найкращий час для інвестування. Головне питання: що буде далі з криптовалютами у 2024 році? Чи буде регулювання відігравати більш значну роль? Який тип криптовалюти буде найкращим вибором цього року? Нижче наведено найпоширеніші прогнози щодо майбутнього криптовалюти у 2024 році [1].

Епічні битви за регулювання.

Про точний результат можна лише здогадуватися, але 2024 рік може стати роком, коли суперечки щодо регулювання нарешті досягнуть свого апогею. «Буде запропоновано суворе регулювання криптовалюти та епічна битва спільноти, щоб боротися з її частинами, які загрожують децентралізації», — каже Лаура Шин, ведуча подкасту «Звільнені» [2].

Набагато більше інвесторів приймуть біткойн

Криптопрогноз: За даними The Ascent, Рік Едельман, засновник Ради фінансових професіоналів із цифрових активів, прогнозує, що до кінця 2024 року понад 500 мільйонів людей у всьому світі будуть володіти біткойнами. CoinTelegraph, співзасновник BlockFi Флорі Маркес погоджується, віддаючи перевагу нормативній чіткості та кращому розумінню галузі за сприяння більш широкому застосуванню. Це один із 10 найкращих прогнозів щодо криптовалюти, яких інвесторам слід дотримуватися у 2024 році [3].

Ведмежий ринок закінчиться на початку 2024 року

Деякі експерти прогнозують, що зараз ми переживаємо падіння криптовалюти, яке, ймовірно, досягне найнижчої точки. Ці прогнози також зроблені на основі попередніх показників криптовалютного ринку, які припускають, що в наступні три місяці ведмежому ринку прийде кінець. Це один із 10 найкращих прогнозів щодо криптовалюти, яких інвесторам слід дотримуватися у 2024 році.

Перегрупування

Після значного падіння у 2023 році криптоіндустрія перегрупується у 2024 році, а ті, хто все ще готові до великого поштовху, прямують до 2024 року. Іншими словами, наступний рік — це рік тривалого виживання з поглядом на повернення до величезних здобутки в наступні роки [4].

Ефір знову перевершить біткойн

У 2022 році ефір перевершив біткойн, набравши 418 відсотків порівняно з 66 відсотками біткойна. Аналітики вважають, що будь-який з них продовжуватиме працювати добре через різке зростання обсягів продажів NFT. Більшість цих токенів все ще працюють на блокчейні ефіру.

Більшість мем-монет зникне

Минулого року побічний продукт доджкойнів Shiba Inu піднявся на 44 540 000 відсотків. Squid, монета, названа на честь телевізійної драми «Гра в кальмара», підскочила більш ніж на 75 000 відсотків менш ніж за тиждень, щоб незабаром зникнути. Це один із 10 найкращих прогнозів щодо криптовалюти, яких інвесторам слід дотримуватися у 2024 році [5].

Web3 стане наступною великою справою

Хоча більшість прогнозів покладаються на попередні показники ринку, деякі інноваційні речі, такі як Web3 і децентралізація крипторинку, можуть навіть спрогнозувати більше зростання, ніж прогнозували багато експертів. Це дозволить користувачам торгувати набагато швидше та без посередників, таких як банки чи уряди, що значно вплине на крипторинок. Це може стати наступною великою подією, тож будьте в курсі.

Отже, як видно, світовий ринок криптовалют має великі перспективи розвитку і кожен може інвестувати в нього. криптовалюта – одна з найперспективніших сфер діяльності у всьому світі, яка розвивається неймовірними темпами. 2024 рік за прогнозами світових критиків та криптоінвесторів стане найприбутковішим роком, а отже варто спробувати інвестувати в нього.

Список використаних джерел

1. Фінпослуги. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://finuslugi.ru/navigator/stat_perspektivy_razvitiya_kriptoalyuty.
2. [Електронний ресурс] / – Режим доступу до ресурсу: <https://podcasts.apple.com/us/podcast/unchained/id1123922160>.
3. Коінттелеграф [Електронний ресурс] / – Режим доступу до ресурсу: <https://cointelegraph.com>.
4. New York Times [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.nytimes.com/>.
5. Global Crypto Adoption Index [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://blog.chainalysis.com/reports/2023-global-crypto-adoption-index>.

Охрименко Володимир Олегович,
магістрант, Національний університет «Полтавська політехніка імені
Юрія Кондратюка»

СУЧАСНІ СТРАТЕГІЇ ОСВОЄННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ЗОВНІШНІХ РИНКІВ

На сьогоднішній день існує велике різноманіття стратегій освоєння підприємствами зовнішніх ринків. Розглянемо головні з них.

У випадку стратегії експортування виробництво залишається на національній території, що має свої недоліки та переваги. Прямий експорт передбачає наявність високої комерційної кваліфікації працівників та торговельного досвіду підприємства в цілому. В іншому випадку фінансові витрати підприємства не тільки не зменшаться, але й можуть значно зрости. Непрямий експорт особливо необхідний в умовах, коли виробник не має достатньої інформації про зовнішній ринок або досвіду роботи на ньому, тому віддає перевагу зменшенню власного ризику, передаючи функцію збуту посередницькій фірмі [1].

Стратегія спільної підприємницької діяльності, видом якої є ліцензування, яке базується на тому, що ліцензіар передає ліцензіату право на використання виробничого процесу, патенту, товарного знаку в обмін на гонорар або ліцензійний платіж. Предметом ліцензії може бути будь-яка розробка конструктивного, технологічного характеру; склад матеріалу, суміші або сплаву; речовини; метод лікування; методи пошуку та розробки корисних копалин; методики розрахунків; відомості організаційного, фінансового, характеру тощо, а також товарні знаки, промислові зразки, авторські права. При цьому предмет ліцензії повинен мати патентну чистоту, тобто юридичну властивість предмета, яка означає, що він може використовуватися в певній країні без порушення патентів, що належать третім особам. Головною перевагою ліцензійного виробництва є те, що крім інновацій за кордон не вивозиться ніяких матеріальних цінностей. При цьому воно позбавляється необхідності проявлення власної активності. Саме тому цей напрямок популярний серед малих та середніх підприємств.

В останні роки найбільш розповсюдженою формою господарчої інтеграції крупного та малого виробництва, особливо в сфері послуг та торгівлі, стала система договірних відносин типу франчайзинг. Франчайзинг – це така організація бізнесу, в якій компанія (франчайзер) передає певній людині чи компанії (франчайзі) право на продаж продукту або послуг під своїм товарним знаком. В обмін на дотримання цих правил франчайзі одержує дозвіл використовувати ім'я франчайзера, його репутацію, продукт і послуги, маркетингові технології, експертизу, і механізми підтримки.

Іншим різновидом стратегії спільної підприємницької діяльності є виробництво за контрактом, тобто укладання контракту з місцевими виробниками на випуск товару. На практиці вона має різні модифікації.

Значного поширення набуло виробництво комплектуючих. До різновидів виробництва за контрактом відносять переробку давальницької сировини – толінгові операції. Застосовуючи його, підприємство менше контролює процес виробництва, що може мати наслідком втрату частини потенційних прибутків. Однак підрядне виробництво дає підприємству можливість розгорнути свою діяльність на зовнішньому ринку швидше, з меншим ризиком і з перспективою вступу в партнерство з місцевим виробником або купівлі його підприємства.

Одним з видів стратегії сумісного підприємництва є керування за контрактом. Пропозиції відносно кооперації з участю закордонного капіталу в цих країнах часто відхиляються через страх допустити занадто велику іноземну присутність. Угода на проведення комплексу робіт в області менеджменту обмежена в часі, і наприкінці угоди закордонні спеціалісти будуть замінені на місцевих. Отже, використовуючи стратегію керування за контрактом, фірма експортує не товар, а управлінські послуги. Частіше за все це здійснюється у формі консультацій для іноземних компаній.

Ще одним способом проникнення на зовнішній ринок є створення підприємства спільного володіння. Спільне володіння це форма спільного підприємництва, за якої об'єднуються зусилля іноземних та місцевих інвесторів з метою створення місцевого комерційного підприємства, яким вони володіють та керують спільно. Цей вид підприємств створюється і управляється спільно з іноземними і місцевими інвесторами, як правило, приватними фірмами, але іноді державними підприємствами чи навіть урядовими органами. Спільні підприємства також можуть утворюватись у третій країні декількома іноземними компаніями. Метою цієї стратегії є проникнення компаній на нові ринки з меншими витратами і ризиком, ніж у разі застосування інших інвестиційних методів [2].

Вибір стратегії виходу на закордонні ринки залежить від багатьох факторів, а саме від мети підприємства, масштабів діяльності, характеру товару та намірів контролювати продажі. Також потрібно брати до уваги потенційний обсяг продажу, витрати та інвестиції на організацію руху товарів, наявність підготовленого персоналу.

Список використаних джерел

1. Крамар Ірина. Вихід на закордонні ринки як спосіб забезпечення ефективної діяльності підприємства в умовах глобалізації. *Економіка та управління підприємствами*. №1. 2018. С. 59-68.

2. Пічугіна Т. С., Волченко А. В. Способи виходу підприємства на зовнішні ринки. *Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Економічні науки*. № 20(1296). 2018. С. 20-24.

Пазиніч Ольга Валентинівна,
кандидатка економічних наук, доцентка,
Таврійський національний університет
імені В.І.Вернадського, м.Київ

ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНТНОЇ ПОВЕДІНКИ СУБ'ЄКТІВ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН У СУЧАСНИХ РЕАЛІЯХ

Сучасний етап розвитку управління діяльністю суб'єктів економічних відносин характеризується певними трансформаціями об'єктів управління. Не дивлячись на те, що основною метою здійснення економічної діяльності суб'єктів сфер виробництва та обігу продукції залишається отримання прибутку в статичній та підвищення економічної ефективності в динаміці, сучасний менеджмент розглядає цілу низку деталізованих та інтегрованих об'єктів, на зміну яких орієнтуються управлінські впливи. Одним з ключових таких об'єктів є конкурентоспроможність продукції та підприємства, яка є тісно пов'язаною з економічною ефективністю основної діяльності. Втім, за сутнісно-змістовими ознаками розгляд конкурентоспроможності, яка, здебільшого, виявляється сукупністю ознак товару, що дозволяють йому успішно продаватися на певному цільовому ринку, значною мірою зменшує точність верифікації об'єкта управління або внаслідок його декомпозиції суттєво ускладнює процес управління конкурентоспроможністю.

Вказане складає суттєве проблемне питання в менеджменті основної діяльності підприємства, передусім, стратегічному. З одного боку, при впливі керуючої системи на ознаки товару або їх компоненти на рівні внутрішнього середовища підприємства можуть формуватися конкурентні переваги, а з іншого боку, остаточна оцінка вказаних переваг вже відбувається безпосередньо на цільовому ринку збуту в процесі продажів продукції. Тобто існує певний, найчастіше, значний часовий лаг між прийняттям рішення щодо створення конкурентної переваги, її імплементацією та фактичною реалізацією [1-2]. Під час вказаного проміжку часу можуть відбуватися певні зміни та трансформації у зовнішньому середовищі, тобто на цільовому ринку збуту, і конкурентна перевага може виявитися неактуальною. Компенсаторним механізмом вказаного явища є конкурентна поведінка підприємства на цільовому ринку збуту, яка будучи орієнтованою на підвищення економічної ефективності виробничо-комерційної діяльності, забезпечує збільшення термінів дієздатності створених конкурентних переваг та зміцнення конкурентних позицій.

Суб'єкти економічних відносин змушені конкурувати в умовах гіперконкуренції, яка відкидає стандартний підхід завоювання лідируючих

позицій на ринку та не дає можливості тривалий час утримувати перевагу над конкурентом без суттєвих зрушень в організації управління розвитком [3, с. 50]. Якщо раніше для ефективного функціонування підприємству на певному сегменті цільового ринку було достатньо контролювати і вирішувати проблемні питання своєї повсякденної діяльності та задачу раціоналізації ресурсів, то нині, окрім цього, господарство повинне уміти своєчасно адаптуватися до швидкозмінних умов та запропонувати споживачу якомога більші вигоди для задоволення його потреб. Нині товаровиробники опинилися в складних умовах, які спровоковані інтенсивністю конкуренції, зміною структури і механізму її взаємодії, зростанням впливу інноваційної політики, динамічним розвитком ринків нематеріальних активів, диференціацією попиту, тощо [4, с. 61]. Враховуючи ці обставини суб'єкти господарювання змінюють свою конкурентну поведінку намагаючись тим самим отримати якомога більші вигоди для себе та домінувати на певному сегменті цільового ринку якомога довше. Сьогодні на ринку зменшується доля впливу та значимість компаній, що діють за рахунок ефекту масштабу, однак зростає частка компаній, які розуміють, що інноваційна складова спроможна забезпечити їм першість на старих ринках та надасть можливості для відкриття нових. Бізнес розуміє, що в умовах гіперконкуренції трансформується власне сам механізм конкурентної боротьби, в основі якої лежить тепер не завоювання цінового лідерства або домінування фундатора, а безперервне продукування інноваційних ідей, що в майбутньому надасть суб'єкту економічних відносин конкурентні переваги та можливість лідерства при виході на ринок з новим продуктом.

Список використаних джерел

1. Сєвідова І.О., Мандич О.В., Бабко Н.М., Романюк І.А. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. Харків: ХНТУСГ, 2020. 200 с.
2. Квятко Т.М. Бенчмаркінг – основа ефективного розвитку підприємства. *Вісник Сумського національного аграрного університету*. 2013. Вип. 5. С.126-129.
3. Rudenko S. V., Mykolenko I. G. Strategic management conceptual principles of agricultural enterprises competitive behavior. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2018. № 2. С. 48-53.
4. Квятко Т.М. Методологічне значення сучасних теорій конкуренції для економічних досліджень. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2019. № 1. С. 56-64.

**Потькало Катерина Олегівна,
Ширмовська Тамара Олександрівна,**
здобувачки, Національний університет «Полтавська політехніка імені
Юрія Кондратюка»

ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ УКРАЇНИ З ІНШИМИ ДЕРЖАВАМИ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВИХ ДІЙ ТА ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ

Військова агресія Росії проти України, що розпочалась 24 лютого 2022 року, суттєво вплинула на економічні відносини України з іншими державами. З одного боку, війна призвела до значного скорочення обсягів торгівлі, інвестицій та економічної співпраці. З іншого боку, війна активізувала міжнародну підтримку України, що дає шанс на нове перезавантаження та поглиблення економічних відносин з іншими країнами світу.

Військові дії негативно вплинули на всі аспекти економіки України, включаючи зовнішньоекономічні відносини. Спостерігаються такі тенденції:

- За даними Держстату, експорт товарів з України 2023 року скоротився на 18% порівняно з 2022 роком - до \$36,19 млрд, тоді як імпорт зріс на 14,9% - до \$63,56 млрд. Унаслідок цього негативне сальдо зовнішньої торгівлі України товарами 2023 року зросло у 2,5 рази - до \$27,38 млрд.

- Від початку повномасштабного вторгнення держава Україна отримала значну фінансову підтримку від міжнародних партнерів. Це дало змогу Україні наростити обсяг державних видатків з \$55 млрд у 2021-му до \$82 млрд у 2022 році та до \$98 млрд за підсумками 2023-го.

- Частка державних видатків в ВВП при значній фінансовій підтримці зросла з 27% до 54%. Тобто державні видатки, а саме оборонний бюджет, став основою відновлення національної економіки.

Незважаючи на складні умови, Україна продовжує розвивати економічні відносини з іншими державами. Основними напрямками цієї роботи є:

- Уряд України вживає заходів для підтримки експортерів, таких як компенсація відсотків за кредитами, страхування експортних ризиків, логістична підтримка.

- Україна створює сприятливі умови для залучення іноземних інвестицій, зокрема, в рамках плану відновлення країни після війни.

- Україна продовжує курс на інтеграцію в ЄС, що передбачає, зокрема, імплементацію європейських стандартів та правил.

Після закінчення війни Україні знадобиться значна допомога для відновлення економіки. Міжнародні партнери відіграватимуть ключову роль у відновленні України. Інвестиції країн-партнерів будуть спрямовані на відновлення інфраструктури, модернізацію економіки та розвиток нових галузей. Ця важлива підтримка з боку міжнародних партнерів буде не лише кроком до відновлення України, але й сприятиме зміцненню міжнародних зв'язків та партнерства. Разом з тим, необхідно врахувати інтереси самої України та забезпечити, щоб інвестиції не тільки сприяли відновленню економіки, але й стимулювали розвиток внутрішніх підприємств та малого бізнесу.

Важливими аспектами для України на шляху післявоєнного відновлення є збереження макроекономічної стабільності, таких як, контроль над інфляцією, курсом валюти та бюджетним дефіцитом. Проведення економічних реформ: покращення бізнес-клімату, боротьба з корупцією, дерегуляція економіки. В результаті військових конфліктів економіка країни стикається зі значними викликами, такими як обмеження в торгівлі, інвестиціях та фінансових операціях, що призводить до зниження економічного зростання та довіри зовнішніх партнерів. Однак ефективне відновлення економічних зв'язків після війни може створити можливості для подальшого розвитку та підтримки економічного зростання країни. Україна, розуміючи важливість міжнародних економічних відносин для свого розвитку, повинна активно працювати над збереженням та відновленням економічного співробітництва з іншими країнами. Це може включати розробку та впровадження ефективних стратегій торгівлі, інвестицій та фінансового співробітництва, а також підтримку відповідних політичних та економічних реформ.

Отже, успішне відновлення економічних відносин України з іншими державами в умовах військових дій та післявоєнного відновлення є важливим завданням, яке вимагає спільних зусиль та ретельного планування. Шлях до стабільності та процвітання лежить у збереженні та розвитку міжнародних економічних відносин, що базуються на взаємовигідності та довірі між країнами.

Список використаних джерел

1. ІНТЕРФАКС УКРАЇНА. URL: <https://interfax.com.ua/news/economic/969657.html>
2. FORBES UKRAINE. URL: <https://forbes.ua/war-in-ukraine/khkhkh-khkhkhkh-03012024-18294>

Путінцева Ганна Костянтинівна,
магістрантка, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

РОЛЬ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ НА СВІТОВОМУ ФІНАНСОВОМУ РИНКУ

Успішне функціонування національної економіки у світовому економічному просторі передбачає її інтеграцію в систему міжнародних фінансів і всебічне використання переваг такої інтеграції. Однією з особливостей процесів глобалізації, інтернаціоналізації та транснаціоналізації системи міжнародних фінансів на сучасному етапі розвитку є постійне зростання обсягів прямих іноземних інвестицій, поява нових якісних характеристик їхнього руху. Сучасні міжнародні фінанси ґрунтуються на певних стандартах, у тому числі й певних шляхів та правил залучення і освоєння іноземних інвестицій.

Міжнародні фінанси як економічна категорія трактується як сукупність відносин зі створення і використання грошових коштів, необхідних для здійснення зовнішньоекономічної діяльності економічними суб'єктами різних рівнів. Загальна система таких відносин включає декілька сфер (міжнародні розрахунки та їх баланси, оподаткування в галузі зовнішньоекономічної діяльності, валютні системи, світовий фінансовий ринок, вивіз капіталу та іноземні інвестиції), через механізм функціонування яких відбувається розподіл і перерозподіл світового продукту, що визначається об'єктивними закономірностями прибутковості капіталу, невизначеності і ризиків, пропорційності розвитку [6]. Важливими каналами руху фінансових потоків у світовій економічній системі є іноземні інвестиції. Згідно Закону України «Про режим іноземного інвестування» «іноземні інвестиції – цінності, що вкладаються іноземними інвесторами в об'єкти інвестиційної діяльності відповідно до законодавства України з метою отримання прибутку або досягнення соціального ефекту» [3].

Експерти Міжнародного валютного фонду (МВФ) та організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) визначають іноземні інвестиції прямими, якщо вони здійснюються за межами національних кордонів з метою розширення виробництва товарів і послуг, закупівлі товарів для імпорту в країну базування або експорту в треті країни. При цьому інвесторові належить управлінський контроль над підприємствами, а інвестиції перебувають у формі акціонерного капіталу і коротко- та довгострокових міжфірмових позик [2]. До прямих іноземних інвестицій відносяться первинні вкладення і реінвестиції, тобто частка доходу об'єкта інвестування, яка не розподіляється, а також внутрішньокорпораційні перекази капіталу у формі кредитів і позик між прямим інвестором і філіями, дочірніми та асоційованими компаніями. Кількісним критерієм розмежування прямих і портфельних інвестицій вважається 10 % об'єкта інвестування. Проте прямою може бути

інвестиція з меншою часткою участі, але яка забезпечує участь в прийнятті управлінських рішень інвестором. Інвестиція не вважатиметься прямою, якщо інвестор не має контролю над об'єктом інвестування, навіть якщо його складає понад 10%.

У цілому міжнародні інвестиції мають різну інвестиційну природу і цільову орієнтацію, різні види і форми, величину, терміни і джерела [1]. На масштаби, динаміку та результативність міжнародної інвестиційної діяльності впливає сукупність взаємопов'язаних факторів, під впливом яких формується орієнтація країн базування та приймаючих. У країнах базування (переважно промислово розвинуті країни) вирішальним макроекономічним фактором регулювання експорту прямих інвестицій є балансу ввозу і вивозу інвестицій. Розрізняють такі групи країн: переважно експортери капіталу (Японія); ті, що зберігають приблизну рівновагу експорту та імпорту капіталу (Німеччина, Франція); 3) нетто-імпортери (Ірландія, Португалія, Іспанія, Туреччина, США). Останнім часом великими експортерами капіталу стали Південна Корея, Тайвань, Китай, країни Близького Сходу. Характерно, що на сьогодні набуває поширення експорт капіталу в промислово розвинуті країни (наприклад, Тайвань близько 60% інвестицій експортує у США) [2]. Для економічної системи приймаючої країни прямі іноземні інвестиції мають більше значення порівняно з кредитами або іншими формами руху міжнародного капіталу. Так, за прямого іноземного інвестування інвестор безпосередньо зацікавлений у ефективній реалізації своїх інвестиційних проєктів, оскільки віддача від інвестицій становить його прибуток. Часто це супроводжується отриманням нової технології, допомоги в організації виробництва та збуту продукції та іншими економічними і соціальними ефектами.

Отже, характерною ознакою прямих іноземних інвестицій є їх безпосередня участь у підприємницькій діяльності, а саме у виробництві товарів і послуг та їх переміщенні між країнами [1].

Список використаних джерел

1. Воскобоева О.В., Ромащенко О.С. Транснаціональні корпорації в умовах глобалізації економіки України. Бізнес-інформ. 2022. № 1. С. 21 – 27.
2. Д'якова І.І., Журава Ф.О., Макаренко М.І. Міжнародні фінанси. Київ : КНЕУ, 2013. 548 с.
3. Про режим іноземного інвестування : Закон України від 19.03.1996 № 93/96-ВР / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/93/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 03.03.2024).

Ряба Карина Володимирівна,
здобувачка, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ ЛОГІСТИКИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Логістика займає важливе місце у діяльності підприємств та в економічній системі країни. З кожним днем розвивається сфера обміну товарів, продажу, а таким чином і логістична сфера. Це мережа організацій, людей, видів діяльності, інформації та ресурсів, що беруть участь у фізичному потоці продукції від постачальника до замовника. Міжнародна логістика є частиною процесу поставок, яка планує, впроваджує та контролює ефективний потік та зберігання товарів, послуг та відповідної інформації від точки походження до точки споживання для задоволення вимог покупця.

Глобалізація, розвиток комп'ютерних технологій та збільшення доступу до Інтернету домінували у розвитку логістики в поточному столітті. Термін «управління ланцюгами поставок» зараз широко використовується для охоплення стратегії, планування та здійснення потоку товарів, послуг та інформації, при цьому логістика є важливою частиною цього процесу. Технологія логістики, безумовно, стає «розумнішою». Транспортно-логістичні послуги сприяють міжнародній торгівлі та відіграють важливу роль у зростанні та розвитку місцевої економіки. Якість та ефективність логістичних послуг можуть мати значення для міжнародної торгівлі, оскільки слабка логістична інфраструктура та операційні процеси можуть бути основною перешкодою на шляху інтеграції світової торгівлі. Незважаючи на те, що логістичний внесок у національний обсяг виробництва в країні може бути не таким конкурентоспроможним, як інші сектори, роль, яку відіграє логістика в підтримці діяльності економіки, не може бути зменшена [2].

Отже, основне завдання логістики полягає в забезпеченні транспортування, зберігання, постачання, закупівлі та розподілу товарів, людей, грошей, інформації та енергії у глобальній економіці, без чого неможливо нормальне функціонування світових ринків.

Список використаних джерел

1. Володимирова І. Г. Глобалізація логістики: сучасний стан та перспективи розвитку: енциклопедія / І. Г. Володимирова. К.: Веселка, 2018. С. 87-96.
2. Логістична концепція міжнародної доставки вантажів [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://lubbook.org/book_607_glava_10_Tema_10._Logistichnakonsep.html.

**Сербін Сергій Анатолійович, Коломієць Олександра Сергіївна,
Коренко Артем Іванович,**
здобувачі, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Сьогодні часто обговорюємо пріоритети розвитку національної економіки в умовах глобалізації. Наша країна стикається з викликами та можливостями глобальної економіки, тому важливо визначити пріоритети, які допоможуть зміцнити наші позиції на світовому ринку та забезпечити стійкий економічний розвиток.

Одним з ключових пріоритетів є підвищення ефективності виробництва та зменшення залежності від імпорту. Україна має потужний потенціал для розвитку виробництва, але для цього необхідно забезпечити належний рівень інвестицій у виробництво та підтримку малого та середнього бізнесу. Такі заходи допоможуть збільшити внутрішній попит та знизити залежність від імпорту.

Другим важливим пріоритетом є зміцнення міжнародної співпраці та підтримка інвестицій. Україна має потужний потенціал для залучення іноземних інвесторів, що сприятиме розвитку національної економіки та підвищенню конкурентоспроможності на світовому ринку. Для цього необхідно створити сприятливі умови для бізнесу, запроваджуючи необхідні реформи та політику спрямовану на привабливість інвестиційного клімату в країні.

Також важливим кроком є вивчення іноземних мов. У зв'язку з глобалізацією, знання іноземної мови є необхідним для успішної роботи в бізнесі та інших сферах діяльності. Необхідно створити умови для навчання іноземних мов на рівні міжнародних стандартів та розвивати мовну інфраструктуру країни.

Список використаних джерел

1. Ливдар М.В., Ярошевич Н.Б., Антошук І.А. Україна і міжнародний валютний фонд: особливості співпраці. Підприємництво та інновації. 2020. Підприємництво та інновації. DOI:10.37320/2415-3583/13.19 .

Степаненко Олег Анатолійович,
магістрант, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

МЕХАНІЗМИ РЕГУЛЮВАННЯ МІЖНАРОДНОЇ ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ

Сталий розвиток міжнародної економіки в умовах сучасної глобалізації неможливий без ефективного функціонування фінансової системи. Тому дослідження механізмів її глобального регулювання представляє важливий науковий та практичний інтерес.

Значення світової фінансової системи як базису для економічного зростання або кризи доведено не тільки в теорії, а й на практиці, зокрема кризою 2008 р. та 2020 р., коли проблеми окремих найбільших банків призвели до фінансової та економічної нестабільності не тільки в окремій країні, а й усьому світі.

Для стабілізації глобальної фінансової системи та в інтересах збереження її основ центральні банки-емітенти вільно конвертованої валюти обрали найпростіший шлях усунення проблеми неплатоспроможності – підвищення грошової ліквідності через державні та приватні борги. У свою чергу уряди країн в останню глобальну кризу для стабілізації економіки та фінансової системи запроваджували антикризові заходи в банківському секторі як найбільш уразливого в економіці. Основними антикризовими заходами є: надання державних гарантій за депозитами, гарантування міжбанківських кредитів, створення спеціальних фондів, націоналізація банків, 100% гарантування вкладів населення.

Однак кожна країна у період глобальної кризи впроваджувала свої антикризові заходи [1].

Велика Британія: інвестування урядом для викупу часток у великих банках, на короткострокові кредити Банку Англії та на рекапіталізацію банків; надання гарантій уряду за міжбанківськими кредитами, гарантій банкам, що беруть участь у схемах рекапіталізації за незабезпеченими боргами; націоналізація восьми найбільших банків.

Німеччина: створення спеціального фонду для стабілізації фінансового ринку; проведення рекапіталізації Commerzbank AG – другого за величиною в країні; 100-відсоткове гарантування урядом вкладів населення.

Сполучені Штати Америки: викуп державою проблемних кредитів банків та інших корпорацій; здійснення масштабної фінансової допомоги та цільових інвестицій у банки та страхові компанії; встановлення Казначейством гарантій

для інвестицій у фонди грошового ринку; прийняття урядом відповідальності за борговими зобов'язаннями іпотечних компаній після їх націоналізації; страхування нових 30-річних іпотечних кредитів із фіксованою відсотковою ставкою; збільшення ліквідності банків шляхом надання Казначейством чеків; запровадження державної програми споживчого кредитування; підвищення на період кризи суми гарантування вкладів.

Франція: надання урядом гарантій за операціями на міжбанківському ринку; виділення урядом коштів на рекапіталізацію банків; спрямування урядом коштів на викуп проблемних активів банків.

Японія: виділення урядом коштів на обмеження масштабів і наслідків економічної кризи; надання урядом гарантій при здійсненні кредитування малого бізнесу; збільшення в державному бюджеті резервів на підтримку фінансових інститутів із державною часткою власності.

Міжнародні фінансові інститути, як важливі регулятори у сфері міжнародних фінансів, вважають сприяння розвитку фінансових систем країн світу одним із основних своїх завдань.

Міжнародні фінансові інституції з погляду впливу на розвиток фінансових систем можна поділити на дві групи: до першої входять організації, що здійснюють фінансову підтримку та кредитування (Міжнародний валютний фонд, Група Світового банку, Всесвітній економічний форум, ЄБРР – Європейський банк реконструкції і розвитку тощо); до другої – інститути-регулятори (Комітет з глобальної фінансової глобалізації, Група тридцяти, Європейська рада системних ризиків тощо). З організаціями першої групи більшість країн співпрацюють як члени, а інститути-регулятори, незважаючи на те, що мають членів, здійснюють діяльність як методологічні та методичні центри регулювання [2]. Зазначене зумовлює той факт, що міжнародні фінансові інституції застосовують різні за сутністю механізми впливу на регулювання національних фінансових і банківських систем.

Отже, розвиток сучасної економіки потребує ефективного регулювання її фінансової системи як на національному, так і на міжнародному рівні, використовуючи найбільш доцільні та ефективні механізми регулювання.

Список використаних джерел

1. Дятлова Ю.В. Механізми глобального регулювання фінансової системи. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2017. №4/5. С. 78 –83.
2. Колосова В.П. Вплив міжнародних фінансових організацій на економічний розвиток країни: питання теорії. *Економіка України*. 2020. №12. С. 61 – 71.

ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО ДЕРЖАВ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ РЕЦЕСІЇ

Постановка проблеми. Сучасний світ переживає період складних викликів у глобальній економіці, що супроводжуються світовими економічними кризами і, як наслідок, рецесіями. Зазначене ставить під загрозу стабільність торговельних відносин між країнами та економічний зріст у цілому. Історично було доведено, що періоди економічних криз спонукають країни до перегляду своєї зовнішньоекономічної політики та змін у підходах до міжнародних відносин. Однак, водночас, кризові періоди можуть також сприяти укріпленню співробітництва між країнами з метою подолання спільних економічних викликів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемі трансформації торговельно-економічного співробітництва країн присвячено увагу з боку науковці, зокрема, М. Арч, В. Лехталер. [1], П. Кругман [2], які висвітлюють власне обґрунтування доцільності неопротекціоністських заходів в період економічної рецесії.

Результати дослідження. В ХХІ столітті найбільші рецесії у світовій економіці спостерігались у 2009, 2015 та 2020 роках, на що вказують рекордні падіння темпів щорічного приросту ВВП. Логічним є зменшення і обсягів світової торгівлі товарами у вказані періоди, темпи падіння експорту та імпорту у 2009 році склали 22,3 % та 22,9 % відповідно, у 2015 році – 12,9 % (експорт) та 12,3 % (імпорт), 2020 році 7,17 % (експорт) 7,56 % (імпорт) . У вказані роки значно змінилась і частка експорту, імпорту у ВВП: частка експорту рекордного падіння зазнала у 2009 році і склала на 4,5 % менше ніж у 2008 році, частка імпорту – на 3 % [3, 4].

В період економічної рецесії кожна з країн розглядає можливість захисту національних виробників шляхом упровадження неопротекціоністських заходів, що підтверджується зростанням їх кількості [5].

Ознакою структурної трансформації торговельно-економічних відносин під впливом світових економічних криз стає зростання кількості нових угод про зону вільної торгівлі в період рецесії (рис. 1). Тобто, реакцією країн на кризові ситуації є також посилення регіональних зв'язків.

Станом на 2023 рік найбільша кількість торговельних угод – 162 діє для країн Європи, це пов'язано з функціонуванням Європейського союзу, що включає 27 країн і відповідною необхідністю прийняття спільного рішення щодо угод з іншими країнами.



Рис. 1. Динаміка регіональних торговельних угод (РТУ) [3]

Кризові періоди та існуючі виклики стимулювали перегляд угоди, причинами чого стала необхідність більшої інтеграції в умовах геополітичних зрушень, торговельних конфліктів та зростаючої конкуренцією.

Щодо особливостей регіональної торгівлі під час рецесії, можна простежити що у 2009, 2015 та 2020 роках році різке падіння обсягів експорту характерне для всіх регіонів, але найбільше зменшувався експорт товарів Африки. При середньосвітовому падінні експорту товарів на 22 % у 2009 році в Африці цей показник склав 33 %. Тільки для регіону Азії у всі вказані роки спостерігалось зниження обсягів експорту на рівні, нижчому ніж середнє значення по світу[3, 4].

Світові кризи також вплинули на регіональну структуру торгівлі. Найбільші частки експорту товарів припадають на Європу та Азію, але у періоди рецесії частка Європи знижувалась, у той час як частка Азії зростала, так що за період 2007-2022 рр. Європа втратила 7,6 % від світового експорту, а Азія його збільшила на 7,8 %.

Висновки. Проведене дослідження дозволило виділити ключові детермінанти торговельно-економічного співробітництва в період глобальної економічної рецесії: збільшення неопротекціоністських заходів, послаблення існуючих торговельно-економічних зв'язків з одночасним пошуком нових партнерів, збільшення кількості регіональних торговельних угод, зміна частки внутрішньорегіональної торгівлі, регіональна зміна структури торгівлі.

Список використаних джерел

1. Larch M., Lechthaler W. Is there a short-run case for protectionism? Trade policy and the business cycle.2011. URL: <http://surl.li/rngqq>
2. Krugman P. Protectionism and stimulus (wonkish) The New York Times. 2009. URL: <http://surl.li/rngqk>
3. WTO. URL: <https://www.wto.org/>
4. The World Bank URL:<https://data.worldbank.org/>
5. Global Trade Alert. URL:<https://www.globaltradealert.org/>

Титаренко Любов Михайлівна
кандидатка економічних наук, доцентка
Амеліна Єлизавета Валеріївна
здобувачка, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

РЕГУЛЮВАННЯ МІГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УМОВАХ ВІЙНИ

Міжнародна міграція населення і особливо робочої сили є однією з об'єктивних підстав становлення цілісної світогосподарської системи. Вона зумовлюється як чинниками внутрішнього економічного розвитку кожної окремої країни так і зовнішніми чинниками, військовою агресією.

Так, широкомасштабна військова агресія, що розпочата 24 лютого 2022 р. Російською Федерацією проти України, спричинила масовий виїзд населення за межі країни. Мільйони українців перетнули державний кордон із сусідніми країнами, велика кількість українців стали внутрішньо переміщеними особами. За дослідженнями, проведеними Управлінням Верховного комісара ООН у справах біженців, в Україні на даний час відбувається найбільша і найшвидша криза вимушеного переміщення із часів Другої світової війни [1].

Зміна умов перебування та фінансова допомога посилюють міграційні тенденції серед українців, зокрема з метою зміни країни надання тимчасового захисту. Також небезпечним для економіки країни є евакуація бізнесу або релокація його за кордон з території України, оскільки породжує численні ризики збільшення міграційного потенціалу країни, вимивання інтелектуально-кадрового та підприємницького ресурсу.

Водночас проблема вільної міграції є небезпечною для урядів усіх країн як в політичному, так і в соціальному аспекті. Тому виникає нагальна необхідність активізації та вдосконалення інструментарію державного регулювання міграції. Для України, як і для європейських держав, формування ефективної політики регулювання міграції залишається актуальним викликом та вимагає обґрунтування адекватних механізмів, інструментів і заходів управління міграційними процесами.

Так, в січні 2024 року була оновлена та схвалена стратегія державної міграційної політики України на період до 2025 року. Стратегія спрямована на привернення уваги до міграційних проблем, згуртування суспільства з метою їх розв'язання, забезпечення взаємозв'язку міграційної політики з іншими сферами діяльності держави, перехід від політики реагування на внутрішні та зовнішні виклики у сфері міграції до політики прогнозування та попередження; враховує необхідність правового врегулювання і практичного вирішення проблемних

питань, зумовлених та загострених широкомасштабною військовою агресією, розпочатою 24 лютого 2022 р. Російською Федерацією проти України [1].

Наразі країни Європи та розвинені країни світу мають певний потенціал, досвід і автономію для формування механізмів управління міграційними процесами у контексті регулювання розвитку національної економіки. Світова практика має позитивний досвід щодо управління міграційними процесами задля отримання ефективних соціально-економічних результатів і формування сприятливих умов для трансформації національних економік, а також реалізації власної державної політики управління міграційними процесами.

Зокрема, вперше у своїй історії Європейський Союз ввів у дію Директиву про тимчасовий захист, яка запроваджує нормативно-правові положення для допомоги у врегулюванні масового прибуття людей [2]. Водночас Європейська комісія розпочала координацію з країнами ЄС для збору інформації про ситуацію на місцях та запобігання торгівлі людьми.

Генеральний директорат з питань міграції і внутрішніх справ (DG HOME) координує Платформу солідарності, яка об'єднує країни ЄС, міжнародних партнерів та агенції ЄС для забезпечення імплементації Директиви про тимчасовий захист. План ЄС із забезпечення готовності до міграції та кризових ситуацій залучено до збору інформації щодо прибуття біженців, щоб належним чином стимулювати заходи з врегулювання міграційних процесів.

Міграція населення зумовлена війною в Україні змінює соціально-демографічну структуру міграційних потоків, Така ситуація об'єктивно потребує формування та реалізації більш ефективної та якісної соціально-гуманітарної політики, орієнтованої на врегулювання гострих соціальних проблем та міграційних процесів. Процес регулювання міграційних процесів покликаний стримати міграційні втрати українських громадян і зберегти людський капітал як ключовий інтелектуальний та кадровий ресурс, необхідний для відбудови України у складних умовах війни і її соціально-економічних наслідків, оновлення економіки у післявоєнний час.

Список використаних джерел

1. Про схвалення Стратегії державної міграційної політики України на період до 2025 року. Із змінами і доповненнями, внесеними розпорядженням Кабінету Міністрів України від 19 січня 2024 року №43-р https://ips.ligazakon.net/document/view/kr170482?an=287&ed=2024_01_19

2. Регулювання міграції: Прийом біженців з України. https://home-affairs.ec.europa.eu/policies/migration-and-asylum/migration-management/migration-management-welcoming-refugees-ukraine_uk

Черкаська Дана Андріївна,
здобувачка, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

СОЦІАЛЬНО-ЕКОЛОГІЧНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

Питання сталого розвитку та необхідності запровадження програм корпоративної екологічної та соціальної відповідальності набрало обертів наприкінці минулого століття. Причиною цього стало критичне погіршення стану довкілля, а також зростаючий тиск громадськості. Крім того, з появою нових наукових досліджень та статистичних даних стало очевидно, що недбале використання ресурсів має серйозні наслідки для здоров'я людей і екосистем в цілому.

Багато вчених на сьогоднішній день вважають зміну клімату найбільшою загрозою для майбутнього людства. По-перше, зміни клімату, які відбуваються через збільшення концентрації діоксиду вуглецю, є безповоротними ще протягом 1,000 років після припинення викидів [1, 2]. По-друге, більшість експертів погоджується, що наслідки змін клімату можуть бути катастрофічними і стануть відчутними в усіх куточках світу. Розв'язання цієї проблеми можливе лише за умови високого рівня співпраці і відповідальності.

Важливим компонентом стратегії екологічної відповідальності є заходи, що сприяють зменшенню екологічного сліду підприємства та негативного навантаження на довкілля, насамперед – зниженню викидів парникових газів (ПГ), таких як діоксид вуглецю, метан, оксид азоту, які посилюють глобальні зміни клімату. Тому кожне підприємство й організація є відповідальними за викиди ПГ і повинні турбуватись про їх мінімізацію [3].

Велику відповідальність за викиди парникових газів в атмосферу несуть виробники одягу, представники «fast fashion» («швидкої моди»), наприклад такі бренди як Zara, Forever 21, H&M та UNIQLO. Згідно з UN Environment Programme (UNEP) ця індустрія є другим за величиною споживачем води та відповідає за близько 10% глобальних викидів вуглецю – більше ніж всі міжнародні авіаперельоти та морські перевезення разом взяті [4]. Водночас, 85% усіх текстильних виробів кожного року потрапляють у смітники. На жаль, лише мала частина споживачів вимагає від компаній вищого рівня корпоративної соціальної відповідальності.

Соціально відповідальність бізнесу, СВБ, Корпоративна соціальна відповідальність, КСВ (англ. англ. Corporate Social Responsibility, CSR) – концепція бізнес-практики, економічна діяльність переважно великих комерційних організацій, що передбачає відповідальність організацій за вплив їхніх бізнес-рішень і діяльності на суспільство, навколишнє середовище через прозору та етичну поведінку, заснована на добровільній корекції повсякденної практики ведення бізнесу, виробництва товарів та послуг з огляду на соціальні й екологічні наслідки, а також взаємодію з усіма зацікавленими сторонами (групами впливу) [5]. Упровадження концепції соціально відповідального бізнесу (СВБ) забезпечує підприємствам конкурентні переваги на ринку, сприяє полегшенню доступу до інвестицій, а також збільшенню обсягів продажів та прибутків. Для суспільства впровадження СВБ забезпечує вирішення різних соціальних проблем, підвищення екологічної безпеки та ефективного використання природних ресурсів.

Прикладом вдалого втілення засад соціальної відповідальності бізнесу є й деякі українські компанії. Бренд EVA одним з першим в країні порушив питання гендерної рівності через роль мами в сім'ї та необхідності участі в вихованні дітей та побуті двох батьків. Оператор мобільного зв'язку Київстар також реалізовує різні КСВ-стратегії, серед яких проєкт «Дитяча надія», в якому абоненти Київстар мають змогу жертвувати кошти на закупівлю медичного обладнання для лікування онкохворих дітей. Такі ініціативи є показником зацікавленості компаній в змінах.

Список використаних джерел

1. Левченко І.В. Соціально відповідальні глобальні компанії в умовах воєнного стану /Л.М. Титаренко, І.В. Левченко, Ю.А. Кисельова, Д.О. Кудряшова // Ефективна економіка. – 2022.- № 11. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2022.11.40> .
2. Susan Solomon. Irreversible climate change due to carbon dioxide emissions [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.pnas.org/doi/10.1073/pnas.0812721106> .
3. Супрун Н.А. Екологічна відповідальність бізнесу як форма реалізації стратегії сталого розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/cdcd79c1-7987-4bb4-93c1-e5e7f2a2d97a/content> .
4. Rashmila Maiti. Fast Fashion and Its Environmental Impact [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://earth.org/fast-fashions-detrimental-effect-on-the-environment/> .
5. Біла С. О. Соціально відповідальність бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://vue.gov.ua/> .

Шуляк Валерія Олександрівна,
магістрантка, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

ЕКОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Охорона навколишнього середовища перетворилася в глобальну проблему, пов'язану головним чином зі зростанням антропогенного впливу. Це зумовлено демографічним вибухом, урбанізацією, що прискорюється, і розвитком гірничих розробок і комунікацій, забрудненням навколишнього середовища відходами, надмірним навантаженням на орні землі, пасовища, ліси, водойми. Тому дослідження проблеми охорони навколишнього середовища має значний науковий і практичний інтерес.

Однією з найгостріших екологічних проблем, зумовлених посиленням техногенного впливу на природне середовище є стан атмосферного повітря. Вона включає ряд аспектів: 1) зменшення озонового шару, необхідного для захисту планети від зростаючого забруднення атмосфери фреонами, оксидами азоту тощо; 2) зростання концентрації CO₂ (вуглекислого газу), що відбувається в основному за рахунок згорання викопного палива, зменшення площ лісів, виснаження гумусового шару і деградації ґрунтів; 3) у результаті “парникового ефекту” до 30-х років ХХІ ст. середня температура приземного шару повітря може підвищитися на 3±1.5°C, що зумовить зміну клімату і значно ускладнить життєдіяльність людства; 4) виснаження і забруднення водних ресурсів. Щорічно людством використовується в середньому до 6000 км³ води, з них в сільському господарстві близько 3400, промисловості 2200, на господарсько-побутові потреби 400 км³. Забруднення багатьох водних об'єктів суші (особливо в країнах Західної Європи та Північної Америки) і вод Світового океану досягло небезпечного рівня. Щорічно в океан потрапляє (у млн. т): 0,2–0,5 – отрутохімікатів; 0,1 – хлорорганічних пестицидів; 5–11 – нафти та інших вуглеводнів; 10 – хімічних добрив; 6 – фосфорних сполук; 0,004 – ртуті; 0,2 – свинцю; 0,0005 – кадмію; 0,38 – міді; 0,44 – марганцю; 0,37 – цинку; 1000 – твердих відходів; 6,5–50 – твердого сміття; 6,4 – пластмас. Найбільш забруднені нафтою Північне і Карибське моря, Перська затока, а також прилеглі до Африки і Америки ділянки, де здійснюється її перевезення танкерним флотом [1, с. 98-99; 2, с. 78]. Перелічені проблеми гостро ставлять питання захисту навколишнього середовища від життєдіяльності людини.

Охорона довкілля – це система заходів щодо раціонального використання природних ресурсів, збереження особливо цінних та унікальних природних комплексів і забезпечення екологічної безпеки.

Основними заходами, спрямованими на охорону довкілля є: обмеження викидів в атмосферу та гідросферу з метою поліпшення загальної екологічної обстановки; створення заповідників, заказників і національних парків з метою збереження природних комплексів; обмеження лову риби, полювання з метою збереження певних видів; обмеження несанкціонованого викидання сміття.

Використання методів екологічної логістики для тотального очищення від несанкціонованого засмічення території регіону.

Комплексна охорона навколишнього середовища здійснюється на рівні підприємств, населених пунктів, регіонів і глобально в масштабах всієї планети. Велика робота здійснюється під егідою ООН, з ініціативи якої в 1972 р. створена постійно діюча Програма ООН з довкілля (ЮНЕП). У рамках ООН природоохоронні проблеми вирішують також: Всесвітня метеорологічна організація (ВМО), Всесвітня організація охорони здоров'я (ВОЗ), Міжнародна морська організація (ММО), Міжнародне агентство з атомної енергії (МАГАТЕ), Міжнародна комісія з навколишнього середовища і розвитку (МКНСР), ЮНЕСКО та ін. Велику увагу проблемам охорони навколишнього середовища приділяють Організація економічної співпраці і розвитку (ОЕСР), Європейське економічне співтовариство (ЄЕС), Організація американських держав (ОАД), Ліга арабських країн з питань освіти, культури і наук (АЛЕКСО). Генеральна Асамблея ООН прийняла в 1982 р. Всесвітню хартію природи, яка є розвитком Стокгольмської декларації з довкілля (1972 р.), і Всесвітню стратегію охорони природи, розроблену МСОП (1980 р.). В останні десятиліття ХХ ст. під егідою ООН розроблені глобальні (у просторі і часі) підходи до охорони навколишнього середовища [1, с. 99].

Україна також долучається до охорони навколишнього середовища. Українська екологічна асоціація «Зелений світ», створена у 1988 р. як реакція суспільства на жахливий екологічний стан в Україні, спричинений Чорнобильською катастрофою 1986 р. Асоціація є членом найбільшої Міжнародної громадської організації федерації «Друзі Землі» (Friends of the Earth).

Отже, світовий досвід свідчить про існування на планеті значної екологічної проблеми. У зв'язку з цим людство повинно зосередити свої зусилля на захисті навколишнього середовища.

Список використаних джерел

1. Радченко Л.М. Проблеми охорони навколишнього середовища у світі і в Україні: механізми державного управління щодо їх усунення. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. №18. С. 97 – 101.

2. Гриник О., Дручек В. Ресурси територіальної громади: шляхи формування та ефективного використання. Львів: Проект підтримки громад, 2016. 187 с.

СЕКЦІЯ 2
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

УДК 338.48

Вождаєнко Валентина Володимирівна,
начальник відділу інновацій та розвитку Полтавської торгово-промислової
палати,
Голова Комітету з питань туризму, культури та інновацій при ПТПП,
заслужений працівник культури України

**АКТУАЛЬНІСТЬ ТУРИСТИЧНИХ ПОДОРОЖЕЙ ДЛЯ
ВІДНОВЛЕННЯ МЕНТАЛЬНОГО ЗДОРОВ'Я УКРАЇНЦІВ В УМОВАХ
СЬОГОДЕННЯ**

Ментальне здоров'я – це здоровий дух та психіка людини, це стан щастя та добробуту, в якому ми можемо реалізувати свої творчі здібності, протистояти життєвим стресам, продуктивно працювати та робити внесок у життя країни. А психічне здоров'я кожного індивіда важливе для всього суспільства.

«На тлі щоденних тривожних новин, ракетних атак, людського горя й біди питати в себе «Ти як?» наче не на часі. Але насправді психологічний добробут та розуміння того, що відбувається в нашому внутрішньому світі, на часі як ніколи», – зазначила перша леді Олена Зеленська. Завдячуючи їй ми можемо просувати цю тему та сприяти психічному відновленню здоров'я нашої нації.

За даними соціологічних досліджень, понад 90% українців мали хоча б один із симптомів тривожного розладу, а 57% перебувають у зоні ризику розвитку ментальних порушень. Українці не мають звички звертатися до фахівця: 31% громадян не вважають свої проблеми достатніми для цього.

Звернутися до психотерапевта, записатися на тренінг з управління стресом, на заняття артотерапією або витратити гроші на щось інше, важливе для формування формули щастя людини, для подолання стресу. І це інше – туристична галузь. Використання потенціалу у сфері пізнавального туризму на

основі культурної багатоманітності та історичної унікальності сприятиме не тільки відновленню духовного стану подорожнього, а і підвищенню патріотизму.

Надзвичайно харизматичний екскурсовод, поет міста Хмельницького Ігор Байдак, у перші дні повномасштабного вторгнення організував екскурсію для внутрішньопереміщених осіб. Прийшло до 350 осіб, бажаючих ознайомитися з містом, в якому їм випала доля мешкати довгий час. І це дійсно терапія, яка швидко впливає на емоційний стан людини.

Минулого року в рамках реалізації соціального проєкту Полтавська ТПП прийняла дітей з мужнього міста Ірпінь, тих дітей, в родинях яких є постраждалі від війни, тих дітей, які мріють жити без сирен і тривог. Протягом повноцінних двох днів їх перебування на Полтавщині, ми ознайомили дітей з багатоманітною духовною спадщиною нашого краю, і бачили їх вдячні, щасливі очі, гордість, що вони українці. Дехто з дітей наголосив – ми хочемо сюди повернутися з родиною, купити для мами найкращу вишиванку, оглянути найкращі гончарні майстерні та музеї, скуштувати полтавських галушок.

Околиця тут гарна, горизонт широкий, побачите вже таку Україну, що «українішої» й нема – цитуючи неперевершену Лесю Українку, так сьогодні можна сказати про Полтавщину. Актуальне ствердження важливе для формування національної свідомості. Здатність отримувати задоволення від життя – основна риса ментально здорової людини. Тож подорожуймо, радіймо кожному Божому дню, дякуймо ЗСУ з вірою в Перемогу!

Моргулець Оксана Борисівна

доктор економічних наук, професор

Київський національний університет технологій та дизайну

Міхєєнко Юлія Володимирівна

здобувач, Київський національний університет технологій та дизайну

РОЗВИТОК ЕКОТУРИЗМУ В УКРАЇНІ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ

Розвиток екотуризму в Україні набуває особливої актуальності у контексті збереження природних ресурсів та сталого розвитку. У країні є значний потенціал для розвитку цієї галузі, що може стати ключовим чинником у збереженні біорізноманіття та підтримці екосистем. Розвиток екотуризму також сприятиме розвитку місцевих громад, створенню нових робочих місць та підвищенню економічної активності в регіонах.

Основними перевагами розвитку екотуризму в Україні є те, що: Україна має багату природу з унікальними екосистемами, гірськими ландшафтами, річками та озерами, що приваблює туристів, які цінують природу; крім природи, Україна також має великий культурний спадок з численними історичними пам'ятками та народними традиціями, що привертає культурних туристів; екотуризм може стати стимулом для розвитку сільських територій через підтримку місцевих господарств та розвиток сільського туризму; сприяє збереженню природних та культурних ресурсів, що забезпечує сталість розвитку регіонів; екотуризм може стати джерелом додаткових доходів для місцевих громад та підприємств через розвиток туристичної інфраструктури та послуг.

Безсумнівно, Україна має великий потенціал для розвитку екотуризму, проте існують певні проблеми, які ускладнюють цей процес [1; 2], а саме: недостатня інфраструктура (багато потенційних місць для екотуризму не мають відповідної інфраструктури, такої як маршрути, схеми та сервіси для туристів); недостатня свідомість (багато людей не усвідомлюють важливість охорони природи та екосистем, що ускладнює популяризацію екотуризму та його розвиток); екологічні проблеми (деякі регіони, які можуть бути привабливими для екотуризму, стикаються з екологічними проблемами, такими як забруднення навколишнього середовища або незаконні забудови); відсутність галузевого управління (управління екотуризмом в Україні є неефективним через відсутність координації між різними зацікавленими сторонами та недостатню увагу до планування та розвитку); фінансові обмеження (брак фінансування ускладнює впровадження проектів з розвитку екотуризму та створення необхідної інфраструктури); сезонність (більшість видів екотуризму в Україні сезонні, що ускладнює планування та стабільність в цій галузі); конфлікти з місцевими громадами (у деяких випадках розвиток екотуризму подекуди викликає конфлікти з місцевими жителями через зміни використання землі та природних ресурсів).

Ці проблеми потребують комплексного підходу для вирішення та створення сприятливих умов для розвитку екотуризму в Україні. Таким чином, перспективи розвитку екотуризму в Україні можуть включати [3; 4]:

- покращення інфраструктури для зручного пересування та проживання туристів в екологічно чистих регіонах;

- популяризація сталого розвитку та зміцнення свідомості населення про важливість охорони природи та екосистем;

- співпраця з місцевими громадами та органами влади для створення сприятливих умов для екотуризму;

- залучення інвестицій для розвитку екотуризму та створення нових робочих місць;

- розвиток міжнародного екотуризму та співпраці з іншими країнами для обміну досвідом та підтримки проектів розвитку екотуризму.

Отже, успішне просування екотуристичного продукту потребує використання різноманітних інструментів комунікації, акцентуючи увагу на перевагах екотуризму та взаємовигідних відносинах з місцевими громадами та владою.

Розвиток екотуризму в Україні має великий потенціал у збереженні природних ресурсів та сприяє сталому розвитку. Ця галузь може стати ключовим фактором у збереженні біорізноманіття та підтримці екосистем. Крім того, розвиток екотуризму сприятиме розвитку місцевих громад, створенню нових робочих місць та підвищенню економічної активності в регіонах. Для досягнення успіху у цій галузі необхідно вирішувати проблеми, такі як недосконала інфраструктура, відсутність належного управління галуззю та екологічні проблеми. Залучення інвестицій, підвищення екологічної свідомості громадськості та розвиток партнерства з місцевими громадами та органами влади є ключовими аспектами подальшого розвитку екотуризму в Україні.

Список використаних джерел

1. Нікітенко, К. (2023). Розвиток екотуризму в Україні: потенціал та проблеми. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка, (15), 259-263.

2. Зайченко, М. (2020). Екотуризм в Україні: проблеми та перспективи. Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України, (246), с. 16-26.

3. Моргулець О.Б., Шевченко О.О., Агеев Я.В. (2024). Туристичний бізнес України в умовах геополітичної нестабільності: стратегії розвитку. Економічний простір, (189). С.349-354.

4. Білецький О. Зелений туризм в Україні: кращі ідеї для екотуризму. URL: <https://khers-on.com/ua/blog/zeleniy-turizm-v-ukraine> (дата звернення 10.03.2024).

Пархоменко Наталія Миколаївна

доктор економічних наук, доцент

Головний науковий консультант Головного науково-експертного управління Апарату Верховної Ради України

Бакало Надія Віталіївна

кандидатка економічних наук, доцентка

Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

РЕГІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ НА ЧЕРКАЩИНІ

Приваблива туристична територія – це така, яка здатна забезпечити розвиток туризму, поєднання економічних і психологічних особливостей місцевих туристичних об'єктів, що задовольняють потреби туристів, потреби туристів, а також досягають бажаного соціального ефекту.

Туристична дестинація – це місце, яке характеризується поєднанням туристичних атракцій, туристичних об'єктів і якісних послуг, очікуваних клієнтом (запис). Туристичним районом можна вважати певний комплекс, місце, район, регіон, країну або групу країн, які турист обирає для свого відвідування [1].

Туризм у 16 містах Черкаської області – це місце, яке впливає на значну частину міського суспільства, що серйозно впливає на управління та планування розвитку міста, вирішення та створення пов'язаних із цим проблем. Політики необхідні для адаптації та переходу до сталого розвитку державно-приватного партнерства в середовищі міського туризму.

Регіон багатий історико-культурною спадщиною. За даними реєстру природної культурної спадщини України, на території Черкаської області налічується 1547 пам'яток історії та культури, з них 77 – загальнодержавного та 1470 – обласного значення. Кожен історико-культурний заповідник Черкаської області має свої проблеми, пов'язані з використанням спадщини як туристично-рекреаційного ресурсу [2].

В області налічується 9078 пам'яток, у тому числі 7169 пам'яток археології, 1552 пам'ятки історії, 184 пам'ятки архітектури та 173 пам'ятки стародавнього мистецтва. З 93 пам'яток 36 мають статус національного, решта відносяться до категорії пам'яток місцевого значення. Найважливіші пам'ятки об'єднані у 8 заповідників, у тому числі 7 історико-культурних та історико-архітектурний.

На Черкащині створено єдиний в Україні та Європі історико-культурний центр «Трипільської культури». Серед залишків десяти великих (сотні гектарів площі) міста Трипіль 5000 років на Тальнівщині, Звенигородщині та Уманщині, п'яти архівів Черкаської області (Державний історико-культурний архів «Батьківщина Т. Г. Шевченка», Національний історико-культурний заповідник). «Чигирин», Корсунь-Шевченківський державний історико-культурний заповідник, Державний історико-культурний заповідник у м. Кам'янка, Державний історико-культурний заповідник «Трахтемирів», Шевченківський національний заповідник у м. Каневі, Державний історико-культурний заповідник «Стара. Умань») та історія – культурна столиця в м. Умань, пов'язана з хасидизмом [3].

Фактично з 24 лютого потік туристів втрачено на 100%, діловий туризм зупинено, а місцевий туризм перетворився на проект для біженців з центральної, східної та південної частин України.

Сьогоднішня реальність така, що велике насильство на території України призводить до реструктуризації всього туристичного сектору з надією, що після закінчення війни з'являться нові популярні туристичні напрямки.

Майже ніхто не сумнівається, що туристична сфера є одним із факторів економічного зростання України під час війни. Тому важливо, щоб всі регіони почали працювати над новою програмою розвитку туризму, враховуючи всі аспекти безпеки та вдосконалення основних туристичних маршрутів в Україні.

Список використаних джерел

1. Десятніков І. Стратегічні напрями розвитку туризму Черкаського регіону / Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки, Випуск 40. Частина І. <http://ven.chdtu.edu.ua/article/view/84419>

2. Туристичні потоки Черкаської області / URL: <http://www.ck.ukrstat.gov.ua/source/arch/2017/turizm>

3. Програма розвитку туризму Черкаської області на 2021–2025 роки.

URL: <https://www.oblradack.gov.ua/oblasn-programi>

Алешугіна Наталія Олександрівна,
кандидатка економічних наук, доцентка
Зеленська Олена Олександрівна,
кандидатка економічних наук, доцентка
Національний університет «Чернігівська політехніка»

ДОМОВЕ РІЗЬБЛЕННЯ ЧЕРНІГОВА ЯК ЧАСТИНА НЕМАТЕРІАЛЬНОЇ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ РЕГІОНУ

Нині, коли мандрівники цікавляться не лише відвідуванням відомих пам'яток, але і хочуть бачити «нерозкручені» родзинки, дерев'яні будинки, прикрашені різьбленням, стають не лише ефектним тлом для чернігівських туристичних магнітів, але й цінним туристичним ресурсом. Підтверджує цей статус і факт внесення чернігівського художнього дереворізьблення до Списку нематеріальної культурної спадщини нашої держави [1]. І хоча перелік виробів місцевого сницарства набагато ширший, але будинки, прикрашені різьбленням, першими зустрічають гостей міста і дають ознайомитися із місцевими традиціями. На жаль, ця туристична родзинка знаходиться на межі зникнення.

Проблема збереження чернігівських архітектурних пам'яток ще з 90-х років постійно порушується в місцевій пресі, у радіо- та телевізійних передачах. Але публічне обговорення проблеми навряд чи змогло значно пригальмувати втрату цієї частини нашої спадщини. Найбільш успішним і життєздатним проектом у цій царині стало «Дерев'яне мереживо Чернігова», організоване з ініціативи С.Івашенка. Волонтери проекту ведуть різнопланову роботу: збирають інформацію про будинки, популяризують ідею відродження чернігівської архітектури та, головне, зусиллями волонтерів та на базі потужностей «Чернігівської політехніки» фізично відновлюють фасади будинків. Робота не припиняється навіть у воєнний час.

Наші зусилля звернені у бік моніторингу дерев'яної архітектури, дослідження її історії, стану, поширення, каталогізації зразків і, звичайно ж, її популяризації та використання у туристичній діяльності. В межах реалізації проекту кафедри, присвяченого цій частині нематеріальної культурної спадщини Чернігівщини, було зібрано та опрацьовано фактичний та ілюстративний матеріал, результатом чого стала поява науково-популярного видання «Чернігівське узороччя: краса, що зникає», каталогу візерунків домового різьблення Чернігівщини та низки інших публікацій.

Опитування мешканців будинків та робота з краєзнавчими матеріалами дали змогу з'ясувати, що більшість з них були збудовані на межі XIX та XX ст., вочевидь, тоді місто переживало будівельний бум. А поширеність різьблення саме в той час пояснюється не лише модою, але і появою більш зручних інструментів для різьблення, дешевших технологій виготовлення дошок, зростанням добробуту населення.

Нині в Чернігові існує близько 250 прикрашених різьбленням осель, які локалізовані в різних районах міста. Дослідження показало, що майже 66 % від

загальної кількості вцілілих будинків мають задовільний стан, 20 % – значно змінені, 9 % загрожує скоріє зникнення, 5 % усіх дерев'яних чернігівських будинків мають історичне або мистецьке значення. Незважаючи на більш-менш оптимістичні дані, стверджуємо, що перехід будинків із першої групи до другої (значно змінених), а то і зовсім вибуття із категорії дерев'яних будинків, прикрашених різьбленням, відбувається досить швидко.

Підтверджують цю очевидність і дані обрахунку видів чернігівських орнаментів та візерунків. Із 150 різних орнаментів, що були використані для виготовлення фризів, підзорів та причелин, 95 зразків нині можна знайти лише за однією адресою, 34 – за двома-трьома, а 21 використано більш масово. Більш промовиста ситуація із сандриками та лиштвами. Із 60 зразків, наведених у каталозі, лише 3 використані масово (більш 4 разів), 6 можна побачити за двома-трьома адресами, а 51 залишились лише в одному екземплярі. І, в основному, це не через особливості художніх смаків господарів або фантазію підрядників, а через те, що це – найбільш крихкі деталі, які легко ламаються. Унікальність візерунків це теж, очевидно, «заслуга» часу.

Найбільша кількість дерев'яних будинків із різьбленням збереглась в історичному районі Холодні Яри (70), на другому місці – Ганжівка та Застриження, на третьому – центральні вулиці. Рейтинг вулиць за кількістю збережених будинків із різьбленням виглядає так. На першому місці – вулиці Гонча та Коцюбинського, причому на Гончій будинки збереглися краще, а на вул. Коцюбинського вони розташовані більш компактно, що значно краще для організації екскурсій. На другому місці – вул. Мстиславська (11 будинків), і, хоча розташовані вони компактно, половина з них значно змінена. По 6-9 об'єктів мають ще 12 вулиць.

Ті з них, які розташовані поблизу визнаних архітектурно-історичних пам'яток, можуть бути залученими в туристично-екскурсійну діяльність.

Список використаних джерел

1. Моніторинг щодо стану життєздатності елементів НКС, внесених до Національного переліку нематеріальної культурної спадщини України. «Художнє дереворізьблення Чернігівщини». URL: <https://uccs.org.ua/featured/monitorynh-shchodo-stanu-zhyttiezdatnosti-elementiv-nks-vnesenykh-do-natsionalnoho-pereliku-nematerialnoi-kulturnoi-spadshchyny-ukrainy-khudozhnie-derevorizblennia-chernihivshchyny/> (дата звернення 18.03.2024)

Андрієць Дмитро Ігорович
здобувач, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В КАНАДІ

Регіональні особливості розвитку туризму представляють собою ключовий аспект в глобальній туристичній індустрії, який відображає унікальність та різноманіття культур, природних ландшафтів та історичної спадщини різних регіонів світу. Кожен куточок планети має свої унікальні характеристики, які визначають його привабливість для туристів і формують специфіку туристичного пропонування. Від гірських вершин та водних просторів до історичних пам'яток та культурних традицій, регіональні особливості відіграють важливу роль у формуванні туристичного обличчя кожної країни або регіону. В даному дослідженні ми розглянемо різноманіття та особливості розвитку туризму в різних регіонах світу, зосереджуючись на унікальних факторах, що привертають увагу міжнародних подорожуючих і впливають на стратегії розвитку туристичної галузі.

Регіональні особливості розвитку туризму в країні або регіоні можуть значно відрізнятися в залежності від різних факторів, таких як географічне положення, природні умови, культурні та історичні особливості, економічний розвиток та інфраструктура.

На формування регіональних особливостей розвитку туризму впливають природні умови. Так, регіони з великим різноманіттям природних ландшафтів, таких як гори, озера, пляжі, ліси тощо. Наприклад, гірські регіони можуть бути популярними для гірського туризму, а прибережні зони – для морського відпочинку. Клімат може впливати на сезонність туризму у регіоні. Наприклад, регіони з теплим кліматом можуть мати туристичний сезон протягом усього року, тоді як у регіонах із суворими зимами туризм може бути більш активним влітку.

Регіони з багатою культурною спадщиною та історичними пам'ятками можуть бути привабливими для культурного туризму. Це можуть бути давні міста, музеї, археологічні пам'ятки тощо. Регіони з високим рівнем економічного розвитку можуть мати більше можливостей для розвитку інфраструктури для туризму, такої як готелі, ресторани, транспортні мережі тощо. Регіони, що ефективно просувають свої туристичні можливості та надають інформацію для відвідувачів, можуть залучати більше туристів. Маркетингові кампанії можуть бути спрямовані на підкреслення унікальних особливостей регіону.

В ході дослідження було розглянуто регіональний підхід до розвитку сфери туризму та рекреації Канади. Кожний регіон цієї країни має свої

унікальні особливості та можливості для розвитку туризму, і важливо враховувати ці фактори при формуванні стратегій розвитку туризму.

Розвиток туризму в Канаді визначається її природної різноманітністю, культурними особливостями та історичним спадком кожного регіону. Західний Канада (Британська Колумбія, Альберта) привертає увагу туристів інфраструктурою гірських курортів, зокрема найпопулярніші місця для зимового та літнього відпочинку – Вістлер і Банф. Любителям природи та екотуризму пропонуються активні відпочинок та екскурсії до національних парків, лісів та озер. Регіон Альберта відомий своїми виноробними турами та виноградниками в долині Оканаган.

Східний Канада (Онтаріо, Квебек) є осередком культурного туризму. Туристи можуть відвідати Торонто, Монреаль та Квебек, де є багато музеїв, галерей та історичних пам'яток, мають багатий культурний склад, представляючи різноманітні культури і традиції. Онтаріо і Квебек відомі своїми великими озерами та річками, що робить їх популярними місцями для каное, каяків та інших водних видів спорту.

Регіон Північної Канади (Території та Північні провінції) приваблює прихильників екстремальних видів відпочинку, таких як джипінг, снігоходи та полювання. Розвиваються також етнотури, відвідувачі можуть поглибитися в культуру корінних народів Канади, таких як інуїті та північні американські індіанці.

Атлантична Канада (Ньюфаундленд і Лабрадор, Нова Шотландія, Нью-Брансвік, Принц Едвард Острів) – регіон приваблює любителів морського туризму, включаючи круїзи, каякінг та спостереження за китами. Також, тут збереглися старі рибальські села, маяки та історичні міста, які пропонують унікальний відчуття канадської історії.

Регіональні особливості розвитку туризму відображають унікальність кожного регіону та різноманіття туристичних пропозицій, які привертають відвідувачів з усього світу. Кожен регіон має свої унікальні природні, культурні та історичні особливості, які визначають його привабливість для туристів. Інфраструктура, місцеві традиції, розвиненість готельного та ресторанного бізнесу, доступність транспортних засобів і рекреаційних об'єктів – усе це впливає на розвиток туризму в кожному конкретному регіоні. Важливо враховувати ці особливості при формуванні туристичних стратегій та розвитку індустрії, з метою максимізації потенціалу кожного регіону і задоволення потреб туристів. Регіональний підхід до розвитку туризму сприяє розширенню галузі, створює нові робочі місця та сприяє збереженню природних та культурних ресурсів кожного регіону.

Бакало Надія Віталівна
кандидатка економічних наук, доцентка
Баірамова Калігат Шахірівна
здобувачка, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

ВПЛИВ КУЛЬТУРИ І СУБКУЛЬТУРИ НА ПРОЦЕС СПОЖИВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Культура пропонує невичерпне джерело різноманітних характеристик і улюблених занять, які впливають на мандрівників і приймаючі напрямки. Часто різні способи, якими ми розглядаємо культурні якості, шаблони та знаки в науці про туризм, можуть призвести до плутанини, пов'язаних між собою явищ. Одним із таких незрозумілих явищ є поява популярної культури як рушійної сили туризму [1].

Певні культурні характеристики значною мірою впливають на визначення країни або конкурентоспроможність дестинації [2]. У той час як індивідуалізм, довгострокова орієнтація і виміри поблажливості позитивно впливають на конкурентоспроможність країни або місця призначення, такі фактори, як дистанція влади та маскулітність, виявилися незначними [3].

Однак це не означає, що останні два, дистанція влади та маскулітність, такими не є впливові в туризмі чи гостинності. Швидше, це означає, що збільшення цих культурних характеристики в даному регіоні чи країні не відповідає збільшенню в конкурентоспроможність цього регіону чи країни.

Подібним чином, як зазначено вище, результативність туристичного та гостинного бізнесу також є дуже залежить від культурних особливостей своїх співробітників і клієнтів він служить [4]. Наприклад, внесок кадрової практики в ефективність продуктивність зростає, оскільки зростає характеристика людської орієнтації суспільства.

Актуальність поширення різних субкультур в Україні визначається рядом соціальних, психологічних і культурних чинників, адже в останні десятиріччя відбувається трансформація культурних явищ минулих століть у молодіжну субкультуру, яка змінила спосіб життя, світогляд, музику, зовнішність.

Оскільки формування особистості в підлітковому віці має свої специфічні ознаки, що, у першу чергу, зумовлені віковими характеристиками даного періоду, то пріоритетного значення набуває необхідність вивчення моделі поведінки підлітків, їхніх цінностей, життєвих пріоритетів, стилів життя, культури у їх маленькому окремому вимірі «субкультури».

Крім того, внесок інновацій у ефективність бізнесу зменшується зі зростанням рівня збільшення дистанції влади в суспільстві. Крім того, внесок у задоволеність працівників продуктивність туристичного та гостинного бізнесу, ймовірно, буде сильнішою в міру рівня зростає внутрішньогруповий колективізм і уникнення невизначеності в конкретному суспільстві [3].

Таким чином, можна стверджувати, що добре розуміють міжкультурні аспекти туризму і гостинність має першочергове значення [2]. На додаток до причин, зазначених вище, щоб виправдати вивчення туризму з міжкультурної перспективи, необхідно також взяти до уваги сам масштаб туризму та гостинності.

Туризм є однією з найбільших галузей у світі з точки зору доходів зароблені та створені робочі місця. Доходи, які безпосередньо генеруються в туризмі у всьому світі склав у 2019 році 1,7 трлн дол. США, за участю біля 1,5 млрд міжнародних туристів. Безпосередній внесок подорожей і туризму очікується, що світовий ВВП зростатиме на 3,6% щорічно до 4065 мільярдів доларів США до 2029 року, 3,5% від загального світового ВВП.

Крім того, оскільки туризм взаємопов'язаний з кількома іншими галузями, такими як транспорт, їжа, напої, меблі, товари тривалого користування, будівництво тощо [1], його фактичний внесок до світової економіки оцінюється в 9000 мільярдів доларів США. Крім того, як трудомістка галузь, де близько 320 мільйонів людей працюють у сфері подорожей і туризму, безпосередня зайнятість у цьому туризмі становить близько 10,5% від загальної зайнятості в світі.

Підсумовуючи, виходячи з нашого визначення туризму масової культури, на рисунку 3 представлені фундаментальні елементи, які відрізняють онтологічну основу цього явища від суміжних (і вужчих) сфер туристичної діяльності. Ці елементи включають залучення до широкого спектру популярних практик експресії або повсякденного дозвілля, які є глобальними та медіалізованими, таким чином створюючи мейнстрімні фандомні культури з глобальною привабливістю та поведінкою під час подорожей, спричиненою медіа.

Список використаних джерел

1. Reichenberger I. (2021). Popular culture shaping tourism. *Journal of Tourism Futures*, 7(2), 236–239.
2. Kumar, S.; Dhir, A. Associations between travel and tourism competitiveness and culture. *J. Dest. Mark. Manag.* 2021, 18, 100501.
3. Buckley, R.C.; Cooper, M.A. Assortative matching of tourists and destinations: Agents or algorithms? *Sustainability* 2021, 13, 1987. [CrossRef]
4. Cooper, M.-A.; Camprubí, R.; Кос, E.; Buckley, R. Digital Destination Matching: Practices, Priorities, & Predictions. *Sustainability* 2021, in press.

**Бєлєзьєрєвє Дїєнє Олєксєндрївнє, Бєтрєк Кєрїнє Юрїївнє,
Прєцвєтєвє Кєтерїнє Ігорївнє,**
здєбувєчкї, Нєцїєнєльнїй унївєрситєт «Пєлтєвськє полїтєхнїкє
їмєнї Юрїє Кєндрєтїєкє»

РЄЗВІТЄК ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Зрєстєєчє популєрнїстє єкологїчного туризму вїдкрївєє нєвї мєжлївєстї дїє рєзвїткє туризму в Українї, спрїєчєчї збєрєжєннє прїєрєднїх рєсурсїв тє вїдновлєннє єкосїстємї. Зєрєз стєєтє популєрнї тєкї єкологїчно чїстї фєрмї вїдпочїнкє єк пїшїй туризм, кємпїнг, вєлєсїпєднї турї тє єкопєдєрєжї [1]. Зєгєлєм Українє бєгєтє нє рїзнємєнїтнї єкосїстємї, вклєчєєчї Кєрпєтї, Крїмськї гєрї, Чєрнємєрськє узбєрєжжє тє бєгєтє їншїх мїсць, щє мєнєтє туристїв свєєє крєсєє.

Єкологїчний туризм дєє мєжлївєстє порїнєтї в култьурє нєшєє крєїнї, єджє є мєжлївєстє вїдвїдєтї сїльськї тє єтнїчнї грємєдї, пїзнєтї їх трєдїцїє тє спєсїб жїттьє. Туризм в сєлєх дєє чудєвє мєжлївєстє нєсєлєдїтєсь прїєрєдєє, вїдпочїтї вїд мїськєє мєтєшнї тє нєсїчєнєгє рїтмє жїттьє. Тєкєж є мєжлївєстє єгрєтуризму [2]. Цє дєзвєлєє туристєм спрєбувєтї дєлєчїтєсь дє сїльськєгє гєспєдєрствє, прїєйнєтї учєстє у сїльськїх трєдїцїєх, спрєбувєтї сєбє у рєлї фєрмєрє. Єкологїчний туризм у сєлєх мєжє єхєплєвєтї тєкєж мєєстєр-клєсї з сїльськїх рємєсєл, дє туристї мєжєтє нєвчїтєсь вїгєтєвлєтї рїзнємєнїтнї рєчнї вїрєбї з мїсцєвїх мєтєрїєлїв. У сєлєх тєкєж мєжєтє бєтї єргєнїзєвєнї єкологїчнї мєршрєтї дїє туристїв, єкї дєзвєлєєчєтє вївчєтї мїсцєвє флєрє тє фєєунє, дєслїджувєтї рїзнємєнїттє лєндшєфтїв тє прїєрєднїх єб'єктїв. Рєзвїтєк єкологїчного туризму у сєлєх спрїєє пїдтрїмцї мїсцєвєє єкєнємїкї тє пїдвїщєннє рївнє жїттьє мїсцєвїх жїтєлїв чєрєз ствєрєннє рєбєчїх мїсць тє збїльшєннє попєтє нє мїсцєвї тєвєрї тє послєдїє [1-3].

Рєзвїтєк єкологїчного туризму тєкєж спрїєє пошїрєннє єкологїчнїх стєндєртїв тє прєктїк сєрєд гєтєлїв, рєстєрєнїв, туристїчнїх єгєнтств тє їншїх суб'єктїв туристїчнєє їндрєстрїє. Гєтєлї тє рєстєрєнї впрєвєджєчєтє зєлєнї їнїцїєтївї, тєкї єк вїкєрїстєннє вїдновлєвєнїх джєрєл єнєргїє, єнєргєєфєктївнє єсвїтлєннє тє сїстємї вєдє-збєрєжєннє, щєб змєншїтї вплїв нє нєвкєлїшнє сєрєдєвїщє. Тєкєж вєнї спрїєєчєтє єкологїчнєє туризму шлєхєм вїкєрїстєннє мїсцєвїх тє єргєнїчнїх прєдєктїв у свєєє кєхнї, спрїєєчєчї пїдтрїмцї мїсцєвїх фєрмєрїв тє змєншєннє вєглєцєвєгє вїдбїтєкє.

Деякі готелі пропонують еко-поселення, в них використовуються екологічно чисті будівельні матеріали, зелені зони та ефективне управління відходами. Готелі, ресторани та туристичні агентства активно пропагандують відповідальний туризм серед своїх клієнтів, сприяючи збереженню природи та культурних цінностей місцевих громад [3-5]. Туристичні агентства організовують екскурсії та програми, спрямовані на підвищення обізнаності про екологічні проблеми та підтримку природоохоронних проектів.

Екологічний туризм чудово розвинений у нашій країні, але на наш погляд, його варто розвивати ще більше. Україна вже почала брати чудовий приклад з країн Євросоюзу, тож я надіюсь, що надалі збереження екології буде свідомим вибором кожного громадянина нашої країни.

Список використаних джерел

1. Левченко І.В. (2023) Адаптація екологічного законодавства України до стандартів сталого розвитку ООН. Матеріали Міжнародній науково-практичній конференції «Механізми управління розвитком територій», 26-27 жовтня 2023 року, м. Житомир. С. 69-71. https://reposit.nupp.edu.ua/bitstream/PoltNTU/14204/1/%D0%96%D0%B8%D1%82%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D1%80_%D0%9B%D0%B5%D0%B2%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE_69-71.pdf .
2. Левченко І.В. Державна підтримка розвитку АПК для забезпечення екологічної безпеки й подолання екозагроз: світовий досвід та реалії України / І.В. Левченко та інші // Науковий фаховий журнал «Агросвіт», №18, 2023. С. 96-105. <https://www.nayka.com.ua/index.php/agrosvit/article/view/2068/2093> .
3. Bakalo N. Influence marketing in the promotion of enterprises in the tourism industry / N. Bakalo and others // Ефективна економіка. – 2022. – № 10. <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2022.10.22>.
4. Буряк А.А. Сутність «темного» туризму як перспективного напрямку розвитку туристичних дестинацій: міжнародний досвід / А.А. Буряк та інші // Ефективна економіка. – 2022. - № 10. – URL: <https://nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/661>. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2022.10.25>.
5. Левченко І.В. (2023). Туристично-ресурсний потенціал розвитку в'їзного туризму в Полтавському регіоні. Матеріали X Міжнародної наукової конференції «АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ДОСЛІДЖЕННЯ ДОВКІЛЛЯ». м. Суми <http://reposit.nupp.edu.ua/handle/PoltNTU/13372> .

Борисенко Катерина Олександрівна
здобувачка,
Маховка Вікторія Михайлівна,
кандидатка економічних наук, доцентка кафедри,
Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

ОБҐРУНТУВАННЯ МІСЦЯ «ТЕМНОГО» ТУРИЗМУ В ПІРАМІДІ ПОТРЕБ МАСЛОУ

Ієрархія потреб Маслоу є, мабуть, одним із найкращих пояснень людських потреб і використовується в різних сферах [4]. Таким чином, це здається придатним для кращого розуміння потреби людей у темному туризмі. Маслоу створив п'ятирівневу модель, яку також часто зображують як піраміду, у 1943 році [6]. Як тільки потреба буде досягнута, виникне бажання задовольнити потребу вище. У самому низу знаходяться фізіологічні потреби, за якими йдуть потреби безпеки, потреби приналежності та любові, потреби поваги, а на самому верху – самоактуалізація [6]. Самоактуалізації можна досягти лише тоді, коли всі інші потреби задоволені раніше.

Беручи ієрархію потреб Маслоу, Пірс розробив концепцію, яка називається моделлю сходів дозвілля [7]. Він припускає, що деякі потреби людей, поза їхніми фізіологічними потребами, можуть бути досягнуті за допомогою туризму. Пірс стверджував, що модель не є статичною чи абсолютною, а може бути скоригована відповідно до окремих осіб і може змінюватися з часом. Крім того, він зазначає, що люди роблять кар'єру в межах своєї поведінки під час подорожей, яка також відображає їхні мотиви для туризму. Суть моделі полягає в тому, що існує ймовірність того, що численні мотивації можуть по-різному впливати на людей. Тому неможливо провести чітке розмежування між мотиваціями та потребами мандрівників. Це призводить до того, що потреби в рамках моделі сходів дозвілля можуть бути реорганізовані залежно від кожного мандрівника та його особистих потреб [2]. На додаток до моделі сходів дозвілля, Маслоу згадує кілька прикладів того, як його ієрархія потреб пов'язана з мотивами туризму [5]. Однією з них є поїздки за кордон для проведення медичних операцій, які можна розглядати як частину фізіологічних потреб. Іншим прикладом може бути бажання уникнути щоденних стресових ситуацій, щоб уникнути психічних зривів. Заведення нових друзів або створення нових стосунків, іноді навіть романтичних, може допомогти людям підвищити самооцінку. Крім того, подорожі, під час яких людина може навчатися, кидати виклик собі та змагатися, можна розглядати як самоактуалізацію [3].

Ієрархія потреб Маслоу та те, як вона безпосередньо пов'язана з «темним» туризмом, досліджували не так багато, а скоріше з туризмом загалом. І все ж є кілька припущень. Одна з них може полягати в тому, що люди подорожують у темні туристичні напрямки, щоб досягти певного рівня самореалізації, а також

відчутти перевагу над іншими. Інші можуть стверджувати, що вони відчують це почуття до інших, тому що вони побували в «особливому» місці, де небагато людей були раніше, наприклад, в зону аварії на Чорнобильській АЕС. Подорож до цих місць набагато більш унікальна та відрізняється від типових поїздок на пляж [7]. Крім того, відвідувачі можуть почуватися більш успішними, оскільки вони відвідали місця, куди важче подорожувати та більш «особливі», ніж місця, які відвідували їхні друзі. Дехто може навіть використати свої поїздки, щоб похвалитися ними. Завдяки цим почуттям і думкам вони відчують престиж і реалізують свої потреби в повазі. Іншим способом задовольнити їхні потреби поваги може бути доведення того, що вони мають достатньо сміливості, щоб поїхати, наприклад, у небезпечну зону, таку як Чорнобиль, де радіоактивність все ще досить висока. На додаток до цих припущень, можна також припустити, що люди подорожують до темних місць туризму, щоб відчутти щось нове та захоплююче [7].

Отже, рівень самореалізації також може бути досягнутий, якщо люди мають мотивацію подорожувати до пункту призначення, щоб справді познайомитися з історією місця та прагнути дізнатися про нього більше. Ці люди хочуть по-справжньому розширити свої знання (в освітніх цілях) і відчувати емпатію до жертв [1]. Люди, які подорожують до колишнього концентраційного табору Аушвіц-Біркенау, ймовірно, більше зацікавлені в розумінні минулих подій, ніж люди, які відвідують Лондонське підземелля. Бажання самоосвіти також може бути пов'язане з творчою діяльністю, яка є частиною потреб у повазі.

Список використаних джерел

1. Crompton, J., & McKay, S.L. (1997). Motives of visitors attending festival events. *Annals of Tourism Research*, 24, 425–439.
2. Goeldner, C., & Ritchie, J. (2006). *Tourism: Principles, practices, philosophies* (10th ed.). John Wiley & Sons.
3. Holloway, J.C. (2004). *Marketing for tourism*. (4th ed). Pearson Education Limited.
4. Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370- 96.
5. Maslow, A. H. (1970). *Motivation and personality*. Harper & Row.
6. McLeod, S. (2018, May 21). Maslow's hierarchy of needs. *Simply Psychology*. Available from: <https://www.simplypsychology.org/maslow.html>
7. Niemelä, T. (2010). Motivation factors in dark tourism. Case: House of terror. [Bachelor Thesis, Lahti University of Applied Science].

Водолага Ірина Сергіївна,
здобувачка, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

ПРИРОДНІ РЕСУРСИ І РЕКРЕАЦІЙНІ КОМПЛЕКСИ США

Рекреаційний туризм в США розвивається дуже активно, і це є одним із важливих напрямків туристичної індустрії в країні. Уряд США і приватний сектор інвестують в розвиток рекреаційної інфраструктури, такої як маршрути для пішого туризму, велосипедні шляхи, кемпінгові майданчики, водні спортивні центри тощо [2].

Національні парки, заповідники, ліси та інші природні об'єкти приваблюють мільйони туристів щороку. Уряд здійснює різноманітні заходи для збереження цих територій та підтримки рекреаційних можливостей. Окрім традиційного туризму, розвиваються й інші види рекреаційної діяльності, такі як еко-туризм, пригодницький туризм, відпочинок на природі, стають все більш популярними серед туристів. Зростаюча увага до екології стимулює попит на туристичні програми, спрямовані на екологічну освіту та свідоме відвідування природних місць. Берегова лінія, озера, річки та інші водоймища надають чудові можливості для водних видів спорту, таких як серфінг, каякінг, вейкбординг, риболовля тощо. Розвиток мережі пішохідних та велосипедних маршрутів сприяє популяризації активного відпочинку та екологічного туризму [1].

Розвиток рекреаційного туризму в США є значимим фактором у формуванні та збереженні природного середовища країни, сприяючи економічному зростанню та підвищенню якості життя громадян. Різноманітність ландшафтів та природних ресурсів, поєднана з високим ступенем інфраструктури та сервісу, створює привабливі умови для рекреаційних подорожей усередині країни та з-за кордону. Національні парки, заповідники, гірські системи, берегові лінії та інші природні об'єкти відіграють ключову роль у приверненні туристів та забезпеченні їм різноманітних видів активного відпочинку. Продумана та екологічно збалансована стратегія розвитку рекреаційного туризму сприяє збереженню природних екосистем та сприяє сталому розвитку туристичної індустрії. У цілому, розвиток рекреаційного туризму в США відображає успішну модель поєднання економічних, екологічних та соціокультурних аспектів, що сприяє створенню високоякісного туристичного продукту та забезпечує стале зростання туристичного сектору у країні.

Список використаних джерел

1. Електронний ресурс. URL: <http://surl.li/qsndk>
2. Електронний ресурс. URL: https://geoknigi.com/view_country.php?id=95

Глушко Максим Олександрович
здобувач, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

ТУРИСТИЧНА СФЕРА ІЗРАЇЛЮ: ПРОБЛЕМИ ТА ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ

Ізраїль відіграє важливу роль в економіці та культурі світу, тому дуже цікавий для туристів з різних країн. Туристична політика Ізраїлю і напрямки розвитку туристичної сфери визначаються Міністерством туризму, основною метою якого є залучення в країну іноземних туристів. Для цього при Міністерстві створено Державну туристичну компанію, яка займається продажами та маркетингом, підготовкою професійних кадрів, управлінням роботою готелів тощо.

Туризм є важливим джерелом доходу для Ізраїлю, оскільки багато культурних і архітектурних пам'яток трьох релігій щороку приваблюють сотні тисяч туристів, а також багато історичних місць, прибережні зони чотирьох морів, клімат і вершини гори, приваблюють туристів з усього світу. Країна з площею 20 770 квадратних кілометрів, розташована в семи кліматичних зонах, поступається всім за кількістю пам'яток у кожному регіоні [1].

За даними Центрального статистичного бюро Ізраїлю, туристичний сектор продовжує коливатися. Він документує зміни в секторі безпеки через триваючий конфлікт між арабською та ізраїльською громадами, глобальну економічну ситуацію та пандемію COVID-19 [2]. На початку XXI ст. Незважаючи на збільшення кількості туристів у 2000 р. порівняно з 1999 р., у зв'язку з початком Другої інтифади, досягнення залишилися колишніми. Було три роки спаду, який досяг найнижчої точки в 2002 році. Після цього ознаки тривали до 2006 року, коли почалася Друга Ліванська війна. У 2007 і 2008 роках кількість іноземних туристів почала зростати, досягнувши піку в 2008 році. Однак світова фінансова криза, що почалася в кінці 2008 року і тривала до 2009 року, скоротила кількість іноземних туристів. У цей час. Ізраїль продемонстрував стійкість перед обличчям постійних викликів, таких як війна з ліванською Хезболлою в 2006 році, війна в Газі в 2014 році. Розвитку туризму заважають часті зіткнення між єврейською та арабською громадами в країні та тероризм. Кожна ескалація збройного конфлікту, як та, що сталася у травні 2021 року в секторі Газа, позбавляє Ізраїль кожного четвертого іноземця та

понад півмільярда доларів [3]. Однак туризм протягом багатьох років залишається важливим сектором економіки, на нього припадає 5% загального експорту та 6% робочих місць.

Ізраїль є сильним культурним і релігійним центром усіх трьох релігій: християнства, іудаїзму та ісламу. Найпотужнішим релігійно-паломницьким центром держави є місто Єрусалим - релігійно-паломницький центр, який зосереджує на своїй території святині християнства, ісламу та іудаїзму.

Туристичний бізнес Ізраїлю розвивається за-вдяки програмам Уряду Ізраїлю для малого та середнього бізнесу, які пропонують мету до-логічні, законодавчі та фінансові умови для його розвитку, вирощування та догляду. Малий бізнес в Ізраїлі складає 99 % загального бізнесу (з них 31 % - бізнес жінок), а це 61 % загального працевлаштування, 77 % нових робочих місць на рік. Ізраїль на п'ятому місці у світі із соціального підприємництва, що допомагає вирішувати гострі соціальні проблеми [4].

Слід зазначити, що країна має добре розвинену систему готельно-ресторанного господарства. Проте паломники – це невибаглива група туристів до, які потребують дешевого проживання, харчування та транспортного переміщення.

У 2021 р. чисельність іноземних відвідувачів становила 396,5 тис., що в 11 разів менше в порівнянні з доковідним 2019 р. Це сталося через безпрецедентні обмеження, накладені на індустрію туризму країни після спалаху коронавірусу (COVID-19) у березні 2020 р. Проте у 2022 р. більшість обмежень скасовані.

Список використаних джерел

1. Ізраїль [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%86%D0%B7%D1%>
2. Eyal Lichter, Travel and tourism in Israel – statistics & facts. Jun 27, 2022. URL: <https://www.statista.com/topics/9300/travel-and-tourism-in-israel>
3. Фастовець О. О. Розвиток сфери туризму Ізраїлю: досвід для України економіка та суспільство. Випуск № 41. 2022
4. Zarubaieva M. Yak treba stavtytsia do maloho biznesu. Uroky Izrailiu. Ukrainska pravda URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2017/06/30/626589/>

Дерев'янка Людмила Сергіївна
здобувачка, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ АЛБАНІЇ

Для багатьох туристів у світі, Албанія була невідомою та загадковою країною про яку чуто безліч чуток. У ХХІ столітті, Албанія почала досить швидко розвиватися, після стабілізації обстановки на Балканах сюди потягнулися туристи. Красива природа та низькі ціни притягують туристів з усього світу. Місцями Албанія й досі нагадує колишню радянську республіку. На території Албанії є кілька великих озер, а територія, в основному, представлена гірськими височинами і глибокими долинами [1].

Місцеві мешканці ніколи не називали свою країну Албанією, зараз вона звучить як Шкіперія. У маленькій сонячній країні майже весь рік сонячна погода. Албанію часто включають до списку цікавих та рекомендованих для відпочинку країн. Попри всі стереотипи Албанія входить до десятки безпечних країн світу з населенням до 5 мільйонів [2]. В Албанії доступна тільки екологічно чиста їжа, це одна із 6 країн світу повністю вільних від ГМО. В країні заборонене використання шкідливих хімікатів в харчовому виробництві на законодавчому рівні. Національна кухня своєю різноманітністю може здивувати. Тут можна скуштувати смачні страви з риби, морепродуктів, м'яса, овочів та сирів, а також варто спробувати місцеві вина та ракію [1].

Природа Албанії вражає своєю красою та різноманітністю. На узбережжі морів розташовані пляжі з піском і скелями. Частина території країни представлена низовинами, але більшу частину займають гори. Туризм в країні є все більш популярним завдяки своїй природі, культурі та історії. Культурна спадщина та довга історія зберігається в містах такі як Берат, Гірокастра та Шкодра, які відомі своєю архітектурою, музеями та історичними пам'ятками. Популярними курортами для пляжного відпочинку на узбережжі Іонічного та Адріатичного морів є мальовничі містечка Саранда, Вльора та Дуррес. Албанія також підходить для любителів активного, пішого туризму, велосипедних прогулянок, водного туризму та альпінізму [2].

Загалом, туризм в Албанії стає все більш популярним завдяки своїм унікальним можливостям для відпочинку та відкриття нових культурних та природних скарбів.

Список використаних джерел

1. Електронне джерело. URL: <https://albania.al/>
2. Електронне джерело. URL: <https://www.albaniantourist.com/>

Запорожченко Ксенія Володимирівна
здобувачка, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ У ПОЛЬЩІ ПІСЛЯ ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ

Спостерігати за туристичним сектором, у тому числі індустрією гостинності, під час пандемії COVID-19 надзвичайно складно і цікаво водночас. Виникла ситуація, включаючи національні та міжнародні обмеження, мали прямий вплив на функціонування засоби розміщення. За допомогою методу кабінетного дослідження, включаючи поглиблений аналіз літератури на тему сталого розвитку, а також вплив COVID-19 в індустрії гостинності, тематичні дослідження, власні спостереження та опитування серед польських закладів розміщення автори зробили спробу інтерпретувати заходи, вжиті під час пандемії у світлі 17 цілей сталого розвитку ООН.

Опитування SAWI проводилося в першому кварталі 2021 року серед 102 готелів Польщі. Ці міркування мають дослідницький характер і є основою для проведення більш широких досліджень використання додаткових аналітичних методів дослідження в майбутньому. Польська індустрія гостинності серйозно постраждала від наслідків пандемії, зокрема через державні обмеження на роботу об'єктів, пересування в людей, а також занепокоєння гостей щодо подорожей (з приватними чи діловими цілями). Як показано у звіті про галузь BOŚ [1], згідно зі Статистичним управлінням Польщі, 17.8 мільйонів туристів відвідали всі заклади розміщення в Польщі у 2020 році, що склало майже половину кількість туристів за попередній рік. Фінансовий результат готельного сектора в Польщі у 2021 р. прогнозується в розрізі від'ємних значень. Негативні наслідки пандемії, що описують поточну ситуацію в індустрії гостинності, включають [1]:

адміністративні обмеження, які накладені на діяльність готелів та інше засоби розміщення більше півтора років, тимчасові обмеження у сфері міжнародного туризму (наприклад, закриття кордону, а примусовий карантин), зниження індивідуального та ділового попиту (наприклад, через страх інфікування, обмеження на відрядження, відсутність сімейних заходів тощо),

«заморожування» сегменту MICE без можливості або обмежень щодо організація різного роду ярмарків, конференцій, фірмових поїздок, тренінгів,

обмеження готельної гастрономії (85% закладів вказали, що у 2020 році спад у доходах від гастрономії був вищим за 40% р/р, а у випадку аж

38% готелів це зниження перевищило 80%),

низька заповнюваність (у квітні та травні 2020 року було оголошено заповнюваність нижче 30%, 75% готелів, тоді як з листопада 2020 року по січень 2021 року рівень заповнюваності менше 20% було заявлено майже 90% готелів),

повне, тимчасове закриття засобів розміщення (у квітні 2021 року 37% від повністю закрито готелів, тобто втричі більше, ніж у лютому).

За даними Торгово-промислової палати польського готельного господарства, у 2020 р. близько 40% працівників галузі втратили роботу у 2020 році [2]. Ці люди були змушені шукати іншу форму роботи, що призвело до того, що вони не повернулися 2021, отже, більше половини готельєрів, опитаних Торгово-промисловою палатою [3] мають проблеми зі збором повного штату співробітників.

Виниклі обмеження від пандемії COVID-19, вплив якої на галузь можна чітко оцінити як негативні, в той же час часто призводили до того, що готель шукав рішення цієї ситуації та знаходити їх, більш-менш свідомо, у діяльності, що сприяє сталому розвитку, що дає надію на їх більш широке використання навіть після пандемії.

Індустрія готелів і мотелів складається із закладів, які надають платне житло та повне обслуговування гостей, як правило, з постійною присутністю персоналу. У випадку з мотелями це включає паркування поза вулицею, але не обов'язково послуги харчування. Галузь детально описана як у вартісному, так і в обсяговому вираженні.

Загальний дохід польської індустрії готелів і мотелів у 2022 році склав 3,5 мільярда доларів США, що становить від'ємний річний темп зростання (CAGR) у 3,7% між 2017 і 2022 роками.

У 2022 році на польську частку припадала невелика частка – 1,3% європейської індустрії готелів і мотелів. Попит на готелі та мотелі в країні пояснюється зростанням індустрії подорожей і туризму, зростанням населення, зростанням ділових подорожей, зростанням споживчих покупок. потужність і витрати, а також економічне зростання.

Список використаних джерел

5. BOŚ, Analizy sektorowe <https://www.bosbank.pl/korporacje/serwisekonomiczny/analizy-sektorowe> (2021)

6. Main page - ZUS <http://www.zus.pl/> (2021)

7. Szromek, A. R.; Kruczek, Z.; Walas, B. Stakeholders' Attitudes towards Tools for Sustainable Tourism in Historical Cities. Tour. Recreat. Res. 1–13 (2021)

Золотарьов Микита Олександрович
здобувач, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

ОСОБЛИВОСТІ ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В ШВЕЙЦАРІЇ

Швейцарія, яка розташована в самому серці Європи, славиться своїми приголомшливими альпійськими пейзажами та високою майстерністю. Унікальна географія Швейцарії з її горами, озерами та чарівними містами приваблює мільйони туристів щороку. Відвідувачі приїжджають, щоб насолодитися активним відпочинком на свіжому повітрі, таким як катання на лижах, піші прогулянки та альпінізм, а також дослідити культурні пам'ятки, історичні місця та мальовничі ландшафти.

Загалом географія Швейцарії пропонує різноманітне та захоплююче середовище, що робить її популярним місцем для любителів природи, активного відпочинку та тих, хто шукає мальовничих пейзажів. Швейцарія має процвітаючу індустрію пізнавального туризму та відома в усьому світі як популярне туристичне місце.

Швейцарія має багату культурну спадщину, яка приваблює туристів, які цікавляться історією, мистецтвом та архітектурою. У країні розташовані численні замки, музеї, художні галереї та об'єкти Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Такі міста, як Цюрих, Женева, Люцерн і Берн, пропонують поєднання історичних і сучасних пам'яток.

У Швейцарії протягом року проводяться різноманітні культурні, спортивні та музичні заходи, які приваблюють відвідувачів з усього світу. Джазовий фестиваль у Монтре, Базельський карнавал, Fête de l'Escalade у Женеві та святкування Національного дня Швейцарії – серед популярних заходів.

Індустрія туризму в Швейцарії відіграє значну роль в економіці країни, надаючи можливості для працевлаштування та сприяючи місцевому бізнесу. Швейцарський уряд і туристичні організації постійно рекламують Швейцарію як бажаний напрямок, гарантуючи, що відвідувачі отримають незабутні враження, зберігаючи при цьому природну та культурну спадщину країни. Відділ туризму Швейцарії тісно співпрацює з туристичними партнерами в країні та за кордоном, щоб запропонувати відвідувачам незабутні враження. Великим плюсом є стабільність якості гостинності для туристів [1].

Цюрих – це найкраще місце для відпочинку та насолоди. Пологі пагорби, тихі ліси, незабруднені озера та річки, мальовничі села - і все це в двох кроках від Альп. Цюрих є ідеальною відправною точкою для різноманітних екскурсій.

Бернська область пропонує прогулянку Берном уздовж шести кілометрових аркад, що вишикуються вулицями старого міста. Жваві ринкові кіоски поживляють площі, а в пабах і ресторанах із яскравим характером

подають корисну їжу під старовинними арокними стелями, а маленькі театри в підвалах під аркадами пропонують захоплюючі розваги.

Граубюнден – альпійські долини, що спускаються з високих гір. Річки в усіх мислимих напрямках. Німецька, романська та італійська в одному кантоні. Альпи є найбільшою гірськолижною дестинацією у світі, фіксуючи 43 % відвідувань лижників [2].

Завдяки своєму унікальному та різноманітному ландшафту Вале є районом контрастів: у горах величні чотиритисячні вершини та захоплюючі льодовики в долині вздовж Рони – разом із розлогими виноградниками та незайманими бічними долинами.

Женева є найбільш космополітичним містом Швейцарії. Тут розташована європейська штаб-квартира ООН і Червоний Хрест. Місто на Женевському озері також є колыскою годинникарства та домом для багатьох шоколадів. У Женеві є багато визначних пам'яток, зокрема фонтан Jet d'Eau, квітковий годинник L'horloge fleurie, старе місто з собором Сен-П'єр і площа Бург-де-Фур.

Східна Швейцарія простягається від мерехтливих вод Боденського озера через горбистий Аппенцеллерланд до альпійських ландшафтів Тоггенбурга, курортного регіону Хайділанд і Гларнерланд. Далеко в долині Рейну знаходиться Вадуц із замком князів.

Відвідування виноградників Швейцарії надає захоплюючу можливість дослідити багатство сортів винограду та традиції виноробства. Беззаперечним бонусом таких мандрівок є неймовірно мальовничі ландшафти з регулярними та терасовими виноградниками, затишними виноробнями та винними підвалами, де можна скуштувати місцеві вина та дізнатися про історію виноробства регіону.

Таким чином, широке поняття пізнавального туризму охоплює всі туристичні регіони Швейцарії, попри регіональні особливості цих регіонів. Туристи можуть пізнавати та вивчати не тільки природні особливості регіонів, а й їхнє культурне різноманіття.

Список використаних джерел

1. Козін А. Г. Туризм як галузь економіки Швейцарії. *Економіко-правові та управлінсько-технологічні виміри сьогодення: молодіжний погляд: матер. міжн. наук.-практ. конф.: у 2 т.–Т. 2.–Дніпро: Університет митної справи та фінансів, 2021.–524 с., 2021. С. 104-105.*

2. Кушнірук, Г. В, Камалова І. Й. Тенденції гірськолижного туризму у Швейцарії. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні проблеми розвитку та регулювання : матеріали XIII Міжнародної науково-практичної конференції : у 2 т.–Т. 1.–Черкаси : видавець Гордієнко Є. І., 2022, С. 22 -25.*

Зубенко Вікторія Русланівна,
здобувачка, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

НАЦІОНАЛЬНО-ТУРИСТИЧНА СИСТЕМА ДАНІЙ

В сучасних умовах національна туристична система Данії є прикладом успішної інтеграції різноманітних компонентів, спрямованих на залучення міжнародних туристів та підтримку внутрішнього туризму. Ця система базується на ефективному використанні культурно-історичного спадщини, розвитку інфраструктури та підтримці туристичних підприємств. Її успіх полягає в уважному врахуванні потреб та побажань туристів, створенні комфортних умов перебування та високому рівні сервісу.

Національно туристична система Данії являє собою комплекс заходів, спрямованих на розвиток туризму в країні, залучення міжнародних туристів та підтримку внутрішнього туризму. Ця система базується на культурно-історичному спадщині, природних ресурсах, інфраструктурі та підтримці галузей, пов'язаних із туризмом. Важливою складовою системи є також маркетингові та інформаційні заходи, спрямовані на просування Данії як туристичного напрямку, а також на підвищення свідомості про туристичні можливості країни серед населення. Ключовими принципами системи є стале покращення якості обслуговування, створення комфортних умов для туристів та підтримка сталого розвитку туризму в контексті екологічної та соціокультурної збалансованості [1].

У 2015 р. був сформований Данський національний туристичний форум, основна мета діяльності якого полягає в координації дій та політиці в галузі туризму, розробці національних стратегій туристичної сфери та підготовку звітів про стан туризму на національному рівні.

Налагоджена тісна співпраця з Данською консультативною радою, що відслідковує поточні можливості, проблеми та перспективні вектори розвитку туристичного сектору. Функція розробки та координування туристичним брендом і маркетингом Данії, її позиціонування на ринку міжнародного туризму покладена на VisitDenmark, яка також відповідає за дослідження ринку і відстеження тенденцій його активності. Завершують структуру національного управління туризмом ще три національні організації з розвитку туризму (Danish coastal and nature tourism, Danish business tourism and conference tourism), сфера відповідальності яких окреслюється розробкою планів стратегічного розвитку, узгоджених з існуючою національною стратегією в області туризму. У 2017 році VisitDenmark запустила першу національну стратегію даних для данського туризму. Ключовим елементом цієї стратегії є проєкт «Озеро даних TourismTech», призначений для збору даних від зацікавлених сторін у сфері туризму, розробки нових бізнес-моделей і вивчення того, що приваблює іноземних туристів. У 2019 р. спільно з приватними партнерами був запущений пілотний проєкт по розробці

моделі прогнозування подорожей шляхом перевірки гіпотез про те, чому туристи відвідують Данію.

У 2018–2019 рр. важливою політичною ініціативою стала реформа державної адміністративної системи туризму в рамках більш широкої реформи системи підтримки бізнесу Данії. До кінця 2020 р. реформа передбачала створення 15–25 місцевих організацій управління туристичними дестинаціями.

У грудні 2019 р. уряд Данії оголосив про розробку національної стратегії сталого зростання данського туризму. В рамках своєї роботи Данський національний туристичний форум акцентував увагу на можливостях і проблемах данської туристичної індустрії, діджиталізації даного сектору та посилення міжнародної конкуренції. Серед основних маркерів, які були визначені національним туристичним форумом – принципи сталого зростання внутрішнього туризму, що забезпечуються балансом між екологічною, економічною та соціальною складовими, тим самим сприяючи досягненню Цілей сталого розвитку ООН.

У Національній стратегії туризму в Данії сформульовані основні пріоритети розвитку туристичної індустрії, серед яких діджиталізація та активне впровадження інновацій та інформаційних технологій у туристичну сферу, створення якісних вражень про туристичний продукт країни, розвиток туристичної інфраструктури та спрощення туристичних формальностей.

У 2019 р. Данська рада з розвитку місцевого бізнесу започаткувала два нові фінансові фонди із загальним бюджетом у 50 млн. данських крон: фонд для підтримки ефективного міжнародного маркетингу та промоції туризму на регіональному рівні та фонд підтримки та консолідації інформаційного забезпечення управління дестинаціями [2].

Данія позиціонується як одна з найщасливіших країн у кроснаціональних дослідженнях рівня щастя. Країна посідає перше місце у світі у рейтингу соціальної мобільності, одну з провідних позицій у рейтингу країн з найкращими показниками рівня доходів, а також є найбільш відвідуюною в туристичному плані країною Північної Європи.

Список використаних джерел

1. Електронне джерело. URL: <http://whc.unesco.org/en/statesparties/dk> (дата звернення 26.11.2020).
2. Кузишин А. В. Міжнародний туристичний бізнес: Навчальне видання. Тернопіль: ТНПУ імені В. Гнатюка, 2019. 146 с.

Кастирова Віра Афанасіївна
здобувачка, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК МІЖ КУПІВЕЛЬНИМИ ЗВИЧКАМИ ТУРИСТІВ ТА ЕКОТУРИЗМОМ

Екотуризм як сегмент туризму вважається одним з найкращих і швидкоплинних в розвитку екологічного туризму по всьому світу. Екотуризм відноситься до сегменту туристичної індустрії, що мало впливає на навколишнє середовище та приваблює тих, хто має екологічну свідомість також сприяння місцевому економічному зростанню. Це призвело до позитивних покупок екотуризму, що формує купівельні звички багатьох екотуристів. Незважаючи на привабливість у поєднанні зі стрімким зростанням, внутрішні фактори, такі як поведінка споживачів і референтні групи, і зовнішні фактори, такі як комплекс маркетингу та демографічна сегментація є одними з факторів, що впливають на купівлю екотуризму з позиції купівельних звичок туристів.

Поведінка туристичних споживачів включає багато дисциплін, таких як маркетинг. Поведінка туристичного споживання відноситься до процесу, який споживачі туризму вибирають і купують туристичні продукти для задоволення потреб у туристичному задоволенні та інших враженнях. Цей процес включає формування потреб перед поїздкою, процес прийняття рішень, споживання в мальовничих місцях і оцінку після покупки. Під впливом багатьох факторів, таких як економіка, суспільство та культурне середовище, це досвід діяльності з комплексними, маргінальними та екстраординарними характеристиками.

Туристична мотивація є внутрішнім чинником, який спонукає потенційних туристів до певної туристичної дії, а також ключовим чинником низки туристичних дій у майбутньому. На відміну від споживчого попиту, споживча мотивація пов'язана з продуктами, тому туристична мотивація є зв'язком між туристичним попитом і конкретними туристичними напрямками.

Намагання формувати конкурентні переваги та пропонувати на ринку продукт, який відповідає міжнародним стандартам в межах актуального глобального тренду уваги до екологічних проблем, спонукає власників закладів

індустрії гостинності до трансформацій у напрямку «зеленої» діяльності, але поведінкові наміри гостей та рівень їх лояльності не завжди підкріплюється готовністю платити більш високу ціну за екологічні послуги [1].

Купівельні звички споживачів туристичних послуг формують попит на товари та послуги з огляду на сформовані особисті вподобання та фінансові можливості. Кризові явища, що охопили українську економіку, істотно вплинули на поведінку споживачів, їх купівельні звички і преференції [2]. Туристи, які в повсякденному житті дотримуються та наслідують еко-ініціативи, підчас подорожі будуть їх також дотримуватися і обирати для себе ті варіанти подорожі, які не перечать життєвій позиції щодо екології.

Споживачами товарів та послуг екотуризму можуть бути також ті туристи в купівельних звичках яких сформовано бажання пробувати, щось нове та популярне, тобто якщо готель або певна туристична атракція є «вірусними» або престижними, до певна категорія туристів готова платити за ці більше ніж за звичайні не сталі тури.

Зі швидким розвитком Інтернету структуровані та неструктуровані дані генеруються, записуються, зберігаються та накопичуються, формуючи великі дані з характеристиками обсягу, різноманітності та швидкості, вносячи дивовижні зміни в дослідження туризму, які вступили в еру великих даних.

Список використаних джерел

1. Піддубний В. А., Чагайда А.О., Давидюк Ю. В. Аналіз впливу діяльності закладів індустрії гостинності на навколишнє середовище. *Причорноморські економічні студії*. С.181-187.

2. Семенда Ольга. Зміни в поведінці споживачів під час коронавірусної кризи. *Scientific collection «Interconf», 2021, 42. С. 157-162.*

Коптєва Тетяна Сергіївна,
докторка філософії, доцент кафедри,
Харківський національний педагогічний університет
імені Г.С. Сковороди

ДВОЯРУСНЕВІ ГІРНИЧОПРОМИСЛОВІ ЛАНДШАФТИ КРИВОРІЗЬКОЇ ЛАНДШАФТНО-ТЕХНІЧНОЇ СИСТЕМИ У СФЕРІ ТУРИЗМУ

Криворізька ландшафтно-технічна система (КЛТС) відкриває нові можливості для розвитку промислового туризму, зі активним розвитком техногенезу на території розширюються масштаби антропогенних ландшафтів, у якій передову роль займають гірничопромислові та селитебні ландшафти. Площі антропогенних ландшафтів КЛТС невпинно зростають, за процентною складовою сільськогосподарські - 61,2%, селитебні - 13,1%, промислові - 11,5%, водогосподарські - 8,1%, лісогосподарські - 3,5%, транспортні ландшафти - 2%, інші - 0,6% [1]. На сьогодні гірничопромислові ландшафти займають майже 40 тис. га, що мають суттєве значення у функціонуванні сучасної КЛТС. Видобуток залізної руди на території КЛТС супроводжується відкритим (кар'єрний) і закритим (шахтним) способами і це у свою чергу зумовлює до утворення двоярусності гірничопромислових ландшафтів КЛТС. Поняття двоярусності наразі досить слабо вивчено, але в антропогенних ландшафтах прослідковується, виникає внаслідок дії всіх ландшафтотвірних чинників, які присутні у ландшафті: літогенні, кліматичні, гідрологічні, гідрогеологічні ґрунтові та рослинні [3]. При аналізі двоярусності на території КЛТС зайнятих гірничопромисловими розробками зростає у 2,1 - 2,7 рази. І як наслідок, сформувався унікальний для степової зони України гірничопромисловий низькогірний ландшафт з перепадом висот до 620-650 м, тобто поверхневий ярус та підземними виробками до глибини більше 1200 м. – підземний ярус [3].

Наразі на території КЛТС на поверхневому ярусі гірничопромислових ландшафтів функціонують найбільші кар'єри – кар'єр ПГЗК (понад 400 м), один із найбільших рекультивованих відвалів – Бурщитський (110 м), затопленні рекультивовані кар'єри – Жовтневий (110 м), Карачунівський (250 м), заповідник «Візирка» та інші, але всі ці гірничопромислові ландшафти є важливими у розвитку промислового туризму. *Кар'єр ПрАТ "Південний ГЗК"* є одним з найбільших залізрудних кар'єрів в світі, майже основним місцем видобутку залізрудної сировини в Україні та головною визначною пам'яткою промислового туризму міста. Цей кар'єр належить Південному гірничозбагачувальному комбінату, який заснований в 1955 році. Морфометричні характеристики: площа – 570 га, довжина – 3000 м, ширина – 2650 м, глибина: по замкнутому контуру 360 м, з нагорною частиною 425 м. Кількість горизонтів 28, із них розробляється 19. Кар'єр має оглядовий майданчик та музей. В музеї

вже представлено понад 1500 експонатів. Серед них макети різної техніки, фабрик, підприємств. *Бурщитський відвал* розташований в Інгулецькому районі Кривого Рога, приурочений до долини річки Інгулець, відноситься до Новокриворізького гірничозбагачувального комбінату. Висота Бурщитського відвалу становить 80 м, крутизна схилів – 35–45° [2]. Відвал є рекультивованим і на вершині відвалу відкривається панорамний огляд міста, тому це місце є найпопулярнішим. *Жовтневий гранітний кар'єр* - розміщується у Покровському районі м. Кривий Ріг. Морфометричні характеристики кар'єру довжина – 0,6 км, максимальна ширина – 0,45 км, глибина – 110 м, довжина контуру по бровці – 1,8 м, площа – 22,25 га [2]. Жовтневий кар'єр є дуже популярним місцем відпочинку, завдяки географічному розташуванню, де кар'єр знаходиться досить близько селитебного ландшафту підвищує цінність туристичного потенціалу кар'єру. Жовтневий кар'єр не є облаштований для туризму, але для підтримки та розвитку цього напрямку в туристичній галузі необхідно залучити рекультивацію території: за допомогою гірничо-технічної рекультивації вирівняти, облаштувати дно і стіни кар'єру та засипати дно піщано-глинистим матеріалом; створити пляж для комфортного відпочинку туристів; організувати інфраструктуру території кар'єру, а саме під'їзд та стоянку для автотранспорту та розробити стратегію розвитку рекреаційних об'єктів; за допомогою біологічної рекультивації висадити дерева та трав'янисту рослинність. *Заказник «Візирка»* - найбільший ландшафтний заказник на території КЛТС. Його територія становить понад 121 га [2]. Створений наприкінці 2001 р. з ініціативи ПрАТ «Інгулецького гірничозбагачувального комбінату та Дніпропетровського університету проблем природокористування та екології НАН України.

Поверхневий ярус гірничопромислових ландшафтів КЛТС зростає і його роль у промисловому туризмі з кожним роком велика, тому необхідно постмайнінгові (відпрацьовані) гірничопромислові ландшафти оптимізувати та інтенсивніше реалізувати у сфері туризму.

Список використаних джерел

5. Казаков В. Л. Антропогенні ландшафти Криворіжжя: історія розвитку, структура. Географічні дослідження Кривбасу : матеріали кафедральних наук.-дослід. тем. 2007. Вип. 2. С. 27–35.

6. Koptieva T.S. Altitudinal differentiation and diversity of mining landscapes of Kryvorizhzhia: monograph. Vinnytsia: TVORY, 2023.138 p.

7. Коптева Т. С. Двоюрисність гірничопромислових та селитерних ландшафтів Криворізької ландшафтно-технічної системи. *Географічна освіта і наука: виклики і поступ*: матеріали міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 140-річчю географії у Львівському університеті. Львів : Простір-М, 2023. Т. 3. С. 100–103.

Куліш Марія Вікторівна,
здобувачка, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

ВІДМІННІ ОСОБЛИВОСТІ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ПОПУЛЯРНИХ ГОТЕЛІВ ВІДПОЧИНКУ В ОАЕ

Гостинність – шлях майбутнього. До 2025 року Дубай планує стати найпопулярнішим туристичним напрямком у світі, що робить його найкращим в бізнесі ОАЕ. Це передбачає залучення 25 мільйонів відвідувачів на рік, щоб позбавити трону такі гарячі точки, як Бангкок, Лондон і Париж. Через збільшення кількості туристів середнього класу, зростання кількості недорогих перевізників, появу нових форм конкуренції, таких як Airbnb, і швидку цифровізацію, сектор гостинності побачить зростання спільної економіки.

Початкові набіги Дубая на створення тематичних парків у поєднанні з майбутніми поставками з Абу-Дабі можуть закріпити позицію Еміратів як головного місця для парків розваг. Дубай також прагне стати одним із найдоступніших міст світу. Громадські будівлі та приміщення наразі модернізуються відповідно до нового загальноеміратського кодексу для людей з обмеженими можливостями. Крім того, Абу-Дабі було названо провідним напрямком спортивного туризму у світі на церемонії World Travel Awards у Мускаті.

Індустрія гостинності в Об'єднаних Арабських Еміратах пропонує чудові можливості для новачків. Marriott, один із американських гігантів гостинності, встановив потужну присутність у країні з більш ніж 55 готелями, розташованими у всіх великих містах регіону, пропонуючи приблизно 16 000 номерів/ключів до пропозиції. Багато вітчизняних гостинних груп, таких як Jumeirah Group, DAMAC Group і Emaar Hospitality, домінують на ринку з локаціями в Дубаї, Абу-Дабі, Фуджейрі, Рас-ель-Хаймі, Шарджі та Аджмані. Ось найбільші лідери гостинного ринку ОАЕ: Marriott International Inc. Hilton Worldwide Holdings Inc. Джумейра Груп. Emaar Hospitality Group. DAMAC.

У той час як звичайні міжнародні готельні групи – від Hilton до Hyatt, Starwood до Six Senses, Accor до Marriott – продовжують розширювати свій регіональний готельний фонд, існує ще одна тенденція, яка набирає обертів – зростання вітчизняних брендів ОАЕ.

Серед багатьох престижних об'єктів групи семизірковий Burj Al Arab Jumeirah є, мабуть, найвідомішим. Серед інших – Madinat Jumeirah у Дубаї, острів Olhahali на Мальдівах, The Carlton Tower Jumeirah у центрі лондонського району Найтсбрідж, Capri Palace Jumeirah, розташований на чарівному

італійському острові, та Jumeirah Nanjing, архітектурний шедевр Джумейри у фінансовому районі китайського міста.

Ринок поділяється на два сегменти: мережеві готелі та незалежні готелі (апартаменти з обслуговуванням, бюджетні та економ-готелі, готелі середнього та вищого середнього класу та готелі класу люкс).

Jumeirah Group розробила та управляє найвідомішим готелем у світі Burj Al Arab. П'ятизіркова гостинність вже давно є однією з сильних сторін ОАЕ, про що свідчать Jumeirah Group і FIVE Hotels, два провідні домашні бренди гостинності в країні. Після глобального карантину Дубай був одним із перших міст у світі, які повернулися до рівня, що був до карантину.

У гостинності ОАЕ наголошується на піклуванні про навколишнє середовище, що узгоджується з прихильністю ОАЕ до сталого розвитку. Зелені насадження, сонячні батареї та енергоефективні проекти є загальними рисами забудови нерухомості Абу-Дабі.

Трудові мігранти складають більшу частину зайнятості в індустрії туризму ОАЕ, що важливо для готельної індустрії.

Таким чином, ОАЕ необхідно забезпечити справедливе ставлення до працівників-мігрантів і надання прав і захисту, на які вони мають право. Очікується, що до 2027 року дохід від готелів в ОАЕ досягне 0,46 мільярда доларів США з річним темпом зростання на 2,18%.

Виходячи з цього, ми бачимо потенційне зростання галузі протягом наступних кількох років. Очікується, що до 2026 року індустрія гостинності в ОАЕ принесе понад 7 мільярдів доларів доходу зі значним зростанням з 2021 по 2026 рік. Готельна індустрія ОАЕ є живим і зростаючим сектором, який продовжить розвиватися в найближчі роки. Зі збільшенням кількості туристів і ділових мандрівників, які відвідують країну, очікується, що попит на розміщення в готелях залишатиметься високим.

Список використаних джерел

1. Baquero Asier. Job insecurity and intention to quit: the role of psychological distress and resistance to change in the UAE hotel industry. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 2022, 19.20: 13629.
2. Ramadan Mariam Ali, et al. Application of Six Sigma methodology to enhance the productivity and performance of a hotel in the UAE. *The TQM Journal*, 2023, 35.2. P. 554-576.

Левченко Ірина Василівна,
докторка філософії, доцентка кафедри
Стародубцева Вероніка Ярославівна,
магістрантка, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

СУЧАСНІ СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Питання розвитку туризму у сучасних умовах набуло особливої актуальності за умов пандемії та інших форс-мажорних обставин. Значущість означеної проблеми актуалізується в умовах реалізації ефективного механізму формування конкурентних переваг та, як наслідок, підвищення конкурентоспроможності суб'єктів туристичного бізнесу й розширення конкуренції на зовнішньому та внутрішньому ринках туристичних послуг.

Як свідчить світова практика, туристичні послуги включають послуги з туристичного розміщення, транспортування туристів до країни призначення та всередині країни різними видами транспорту, послуги громадського харчування, послуги, призначені для задоволення туристичних культурних і ділових потреб вимоги (участь у конгресах, науч конференції, виставки, ярмарки тощо), послуги торгівлі підприємства (продаж сувенірів, подарунків тощо), послуги по оформлення та легалізація документації (відрядження паспорти, візи тощо) [1].

У сфері послуг споживачеві надається: послуга у формі диференційованого продукту праці (харчування, відпочинок, розміщення тощо) або безпосередньо в форма праці (супровід послуг перекладача, туристичний інструктор, гід, аніматор тощо), тобто послуги проявляються в матеріальному і нематеріальному форматі. У сфері власне туристичної діяльності споживачеві пропонується цілісний туристичний продукт (пакетний тур або інклюзивний тур) як комплекс матеріальних (товарних) і нематеріальних (надання послуг) споживчих витрат, що необхідні для задоволення потреб, які виникають під час процесу подорожі [2-4].

Глобалізація і регіоналізація є складовими частинами єдиного процесу розвитку світового туризму, що робить його унікальним економічним інструментом.

Вихід туристичної компанії за межі державних кордонів є звичайною практикою, зумовленою особливістю туристичного продукту. Ініціатива в інтернаціоналізації виробництва в туризмі пояснюється тим, що країни, які генерують потужні туристичні потоки, зокрема, мають найбільший прибуток від цього, серед них країни Північної Америки: США, Мексика, Канада; Європи: Франція, Іспанія, Німеччина, Велика Британія; Азії: Японія та Китай. Ось чому більшість транснаціональних компаній, діяльність яких охоплює туристичний бізнес, знаходяться в США, Західній Європі, Японії та Китаї. Транснаціональні компанії перейшли від конкурентної боротьби до коаліційної

політики та реалізації спільних проєктів. Ця тенденція проявляється у створенні спілок глобальних корпорацій [2, 3].

Міжнародні та міжконтинентальні альянси укладаються між американськими, європейськими, американсько-європейськими, японськими транснаціональними компаніями з метою зміцнити власну фінансову незалежність і конкурентоспроможність [1].

За прогнозами WTO (Світова організація торгівлі) до 2030 року буде туристичний бум: кількість міжнародних туристичних прибутків досягне 1,8 млрд. людей. Світові подорожі в першу чергу здійснять жителі промислово розвинених країн. Тому основними споживачами іноземного готельно-туристичного бізнесу в Європі стануть громадяни Німеччини, Великобританії, Італії, Франція, Нідерланди, Фінляндія; а Америці – США, Канада, Мексика; в Азії – Японія, Південна Корея та Сінгапур. За даними WTO міжнародний туризм і надалі займатиме перше місце серед критеріїв доходу. Найбільші країни-постачальники туристичних потоків є Німеччина, США, Китай, Франція, Нідерланди, Канада, Італія.

На цьому тлі міжнародний туризм має правильний курс до повного відновлення рівня уже в 2024 році, незважаючи на такі економічні проблеми, як висока інфляція та слабкий світовий обсяг виробництва, а також важливі геополітичні напруження та конфлікти.

Список використаних джерел

1. Zajceva V.M., Kornijenko O.M. Mizhnarodnyj turyzm ta globalizacija v suchasnomu sviti / V. M. Zajceva, O. M. Kornijenko // Visnyk Zaporiz'kogo nacional'nogo universytetu – № 2(8). – 2012. – S. 55-65.

2. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі : [монографія] / Наук. ред. проф. І.Н. Волошина. Луцьк : РВВ Луцького НТУ, 2015. 328 с.

3. Зайцева О.І., Фурсов А.М. Використання інструментарію маркетингу вражень в індустрії гостинності. Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки». 2019. № 3.

4. Маховка В.М. Сутність «темного» туризму як перспективного напрямку розвитку туристичних дестинацій: міжнародний досвід / А.А. Буряк, І.В. Левченко, В.М. Маховка, К.О. Борисенко // Ефективна економіка. – 2022. - № 10. – URL: <https://nauka.com.ua/index.php/ee/article/view/661>. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2022.10.25> .

Маховка Вікторія Михайлівна,
кандидатка економічних наук, доцентка кафедри,
Календарь Наталія Володимирівна
здобувачка, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

РОЛЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОБ'ЄКТІВ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ В ТУРИЗМІ

Використання об'єктів культурної спадщини в туризмі є однією з ключових стратегій для збереження, популяризації та розвитку цінностей, що становлять основу культурного та історичного досвіду суспільства. Культурна спадщина виконувала роль не лише знакових пам'яток минулого, а й невичерпним джерелом натхнення, знань та вражень для сучасних поколінь. Сьогодні, у епоху стрімкого розвитку туристичної галузі та зростаючого інтересу до культурних цінностей, об'єкти культурної спадщини стають важливим ресурсом для туристичного бізнесу та мають надзвичайний потенціал для стимулювання розвитку туристичного напрямку. Культурна спадщина включає в себе широкий спектр об'єктів, які мають велике значення для культурної історії, традицій та ідентичності певного народу чи спільноти. Ці об'єкти можуть варіюватися від архітектурних пам'яток та мистецьких шедеврів до археологічних знахідок та реліквій культурного значення. Розглянемо деякі приклади об'єктів культурної спадщини включають:

мистецькі твори: включають живопис, скульптуру, графіку, релігійні артефакти, мозаїки та інші види мистецтва, які мають велике культурне значення;

археологічні пам'ятки: руїни давніх поселень, артефакти, виявлені під час археологічних розкопок, а також давні пам'ятки, такі як стародавні міста, могильники, оборонні споруди;

етнографічні об'єкти: традиційні знаряддя праці, ремесла, народні костюми, танці, музика, обряди та звичаї, що відображають культурну спадщину певної групи людей;

музеї та архіви: включають інституції, які зберігають та експонують артефакти, документи, колекції, пов'язані з історією, культурою та мистецтвом;

місця світового спадку ЮНЕСКО: Об'єкти, які були визнані ЮНЕСКО як особливо важливі для світової культурної спадщини та отримали статус Всесвітньої спадщини;

пам'ятки архітектури: будівлі, храми, палаці, фортеці, церкви, мечеті, мавзолеї, які мають історичне або архітектурне значення;

природні об'єкти з культурним значенням, наприклад, святі гори, священні джерела, ліси або озера, які мають важливе релігійне або міфологічне значення для певної культури.

Зазначимо, що вищевказані об'єкти є важливими для збереження та вивчення культурного досвіду минулих поколінь та формування ідентичності та свідомості сучасного суспільства.

Об'єкти культурної спадщини мають великий потенціал для розвитку туризму і можуть бути використані при формуванні туристичних маршрутів, як складові турпродукту, а також можуть бути «магнітами» туристичних дестинацій. Практика туристичної діяльності свідчить, що об'єкти культурної спадщини можуть використовуватися:

1. Туристичні маршрути і екскурсії. Розвиток маршрутів та програм екскурсій, які охоплюють культурні пам'ятки, архітектурні пам'ятки, музеї та інші об'єкти культурної спадщини, може приваблювати туристів.

2. Музеї і виставкові простори. Організація тематичних виставок, регулярних подій та інтерактивних програм у музеях дозволяє привернути туристів і підвищити їх інтерес до культурної спадщини.

3. Культурні фестивалі і заходи: Проведення культурних фестивалів, ярмарків ремесел, виставок народного мистецтва та інших подій, які відображають місцеву культуру і традиції, може привернути туристів з усього світу.

4. Реставрація та реконструкція. Інвестиції в реставрацію та реконструкцію історичних об'єктів дозволяють зберегти їх для майбутніх поколінь і створюють унікальні об'єкти для відвідування туристами.

5. Гастрономічний туризм. Використання традиційної кухні та страв місцевої культури як частини туристичного продукту може залучити гурманів і любителів гастрономії.

6. Програми культурного обміну. Організація програм культурного обміну, майстер-класів та інших подій, що сприяють взаєморозумінню між культурами, може збагатити туристичний досвід.

Отже, можна відзначити, що перспективи використання об'єктів культурної спадщини в туризмі є дуже обіцяними. З одного боку, це відкриває нові можливості для розвитку туристичної індустрії та збільшення прибутковості для регіонів, що мають ці об'єкти. З іншого боку, це сприяє збереженню та популяризації культурної спадщини, що є важливим для збереження ідентичності та культурної різноманітності. Проте, важливо забезпечити баланс між розвитком туризму, збереженням історичного й культурного надбання певного народу, автентичності об'єктів культурної спадщини. Ретельне планування, управління та збереження культурної спадщини в тісному співробітництві з місцевими спільнотами та експертами з туризму можуть допомогти максимізувати позитивний вплив використання культурної спадщини в туризмі.

**Мотуленко Аліна Сергіївна,
Романюк Марія Олександрівна,
Корнюшенко Тетяна Сергіївна**

здобувачки, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ У ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД

Післявоєнний період в Україні, як і в інших країнах, є ключовим для відновлення та розвитку туризму. Для успішного відновлення та залучення туристів до країни можна виокремити кілька стратегічних напрямків [1]:

1. Інфраструктурні інвестиції. Після закінчення війни необхідно відновлювати або модернізувати туристичну інфраструктуру, таку як готелі, ресторани, транспортні мережі, а також культурні та природні об'єкти. Інвестиції у ці галузі сприятимуть залученню туристів та підвищенню рівня комфорту для них.

2. Маркетингові та рекламні кампанії. Важливо проводити ефективні маркетингові та рекламні кампанії для просування туристичних можливостей України на міжнародному рівні. Це може включати участь у міжнародних виставках, проведення рекламних кампаній у соціальних мережах та інших медіа, а також співпрацю з туроператорами.

3. Розвиток культурного туризму. Україна має багату культурну спадщину, яка може привертати туристів з усього світу. Розвиток культурного туризму передбачає створення інтерактивних музеїв, організацію культурних фестивалів та подій, а також збереження та відновлення історичних пам'яток.

4. Розвиток екологічного туризму може бути важливим напрямком для привертання туристів, особливо із розвинених країн. Україна має багаті природні ресурси, включаючи Карпати, Чорне та Азовське моря, які можуть бути привабливими для екологічних подорожей та відпочинку.

5. Розвиток інфраструктури для активного відпочинку. Спортивний туризм, альпінізм, велосипедні тури, водні види спорту та інші форми активного відпочинку стають все популярнішими серед туристів. Розвиток відповідної інфраструктури, такої як велосипедні маршрути, гірські стежки та спортивні комплекси, може залучити більше людей до відпочинку в Україні.

Вищенаведені стратегічні напрямки можуть сприяти відновленню туризму в Україні та позитивно позначитися на економіці та розвитку країни в цілому.

Варто зазначити, що відновлення або будівництво нових готелів та ресторанів дозволить розширити мережу доступних місць проживання та харчування для туристів, що включає як бюджетні варіанти, так і розкішні готелі, що задовольняють потреби різних категорій туристів.

Модернізація та покращення транспортної мережі, включаючи автомобільні дороги, залізниці, аеропорти та громадський транспорт, сприятиме зручності переміщення туристів, що зробить Україну більш доступною для туристів та підвищить рівень задоволення від подорожей [2].

Збереження та відновлення культурних пам'яток, музеїв, археологічних пам'яток, парків та інших природних об'єктів є ключовими для привертання уваги туристів. Інвестиції в ці об'єкти створять унікальні туристичні маршрути та зроблять подорожі по Україні більш цікавими.

Створення інформаційних центрів та інтерактивних платформ для туристів, де вони можуть отримати інформацію про туристичні об'єкти, події, маршрути та послуги, буде сприяти комфортному та зручному перебуванню в країні. Загалом, інвестиції у розвиток туристичної інфраструктури допоможуть підвищити привабливість України для туристів, залучити іноземні інвестиції та створити нові робочі місця, сприяючи тим самим економічному відновленню країни після війни [3].

Отже, на нашу думку, важливо розробити чітку та привабливу образність України як туристичного напрямку, що включає створення логотипів, слоганів та інших ідентифікаційних елементів, які відображають культурну та природну спадщину країни. Активне використання соціальних медіа для просування туристичних можливостей України може забезпечити широкий охоплення аудиторії та залучити увагу активних туристів.

Список використаних джерел

1. Буряк А.А., Левченко І.В., Маховка В.М., Борисенко К.О. Сутність «темного» туризму як перспективного напрямку розвитку туристичних дестинацій: міжнародний досвід. *Ефективна економіка*. 2022. № 10. URL: <https://nauka.com.ua/index.php/ee/article/view/661>. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2022.10.25>.

2. Buriak A., Levchenko I., Herashchenko V., Shevchenko O. Impact of full-scale war on changes in the format of Ukraine's cooperation with the European Union. *The EU Cohesion policy and healthy national development: Management and promotion in Ukraine: monograph*. In: Letunovska N., Saher L. & Rosokhata A. Szczecin: Centre of Sociological Research, 2023. P. 369–378. DOI: <https://doi.org/10.14254/978-83-968258-5-8/2023>

3. Буряк А.А., Потлов А.М. Розвиток маркетингових комунікації через інтернет ресурси на ринку туристичних послуг. Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства: мат. II Міжнар. наук.-практ. конф., м. Запоріжжя, 10 лист. 2023 р. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2023. С. 511-515.

Робоча Катерина Олексіївна,
здобувачка, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ДОСЯГНЕННЯ У СФЕРІ ТУРИЗМУ

Інформаційні технології в туризмі - це система методів і методів передачі та обробки інформації, заснована на використанні технічних методів і програм, які можуть бути використані в управлінні підприємствами туристичної сфери, тобто: гостинність, співпраця з постачальниками. Медіатори, державні службовці, налагодження стосунків і стосунків з ними. Вплив інформаційних технологій на туризм відбувається на різних етапах створення та просування туристичного продукту.

Основними сферами використання інформаційних технологій у туризмі є рис.1.

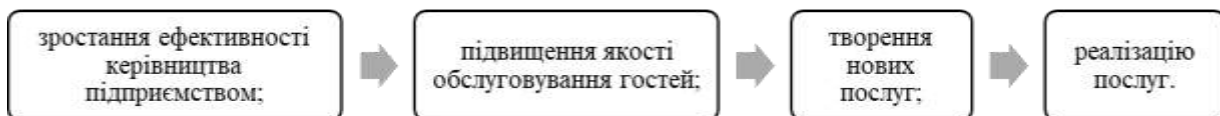


Рис.1. Напрямки застосування інформаційних технологій в туризмі

Оцінюється ефективність використання інформаційних технологій у туризмі, обсяг Інтернет-продажів туристичних послуг, кількість бронювань і переглядів, тим самим визначається кількість користувачів Інтернету у світі.

Засоби масової інформації є платформами, на яких застосовуються традиційні маркетингові стратегії для просування та поширення туристичних продуктів і послуг. Більш ніж кожен шостий цифровий користувач (майже 90%) зосереджується на відгуках друзів, онлайн-рекомендаціях і досвіді інших людей у процесі формування довіри до будь-якого продукту чи бренду, включно з туристами. Дуже часто саме соціальна мережа стає майданчиком, де можна поділитися найважливішими спогадами з широкою аудиторією. Контент такого характеру став ефективнішим способом залучення нової аудиторії порівняно з простою рекламою, він допомагає налагодити двосторонню комунікацію, комунікаційну складову, відповідно – ідентифікацію бренду. Однією з переваг просування через соціальні мережі є можливість поєднання візуального, інформаційного та емоційного сприйняття. Різноманітність і варіативність соціальних мереж породжує нові та більш ефективні методи просування. Існує велика кількість методів та інструментів, які використовуються в маркетингу в соціальних мережах для просування туристичного бренду.

Степанова Стефанія Олегівна
здобувачка, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНІ ТРАДИЦІЇ ІСПАНІЇ ЯК БАЗА ОРГАНІЗАЦІЇ РОЗВИТКУ ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

Список всесвітньої спадщини ЮНЕСКО є зобов'язанням щодо збереження матеріальних і нематеріальних активів, і організація несе відповідальність за їх збереження. Це також означає, що ці активи належать усьому людству, і завданням кожного є їх захист і збереження з часом, щоб майбутні покоління також могли ними користуватися.

Які критерії використовує організація, щоб визначити, які об'єкти стануть світовою спадщиною? Перш за все, вони повинні володіти «видатною універсальною цінністю», яка виходить за межі через їхню історичну, культурну чи природну важливість і значення для історії людства. Збільшення цих активів є способом збереження культурного розмаїття та забезпечення передачі традицій, соціальних звичаїв або святкових подій різних груп населення, що стимулює обмін і повагу між культурами.

Загалом Іспанія має 73 об'єкти, включені до списків спадщини ЮНЕСКО (Список всесвітньої спадщини та Репрезентативний список нематеріальної культурної спадщини).

П'ятнадцять іспанських міст зі статусом Всесвітньої спадщини об'єднані в некомерційну асоціацію, яка щороку у вересні організовує «Ніч спадщини» — вечір, під час якого найбільш символічні об'єкти спадщини та їхні історичні центри перетворюються на сцени для культурних заходів, відкритих для місцевих жителів. і відвідувачі.

Подорожуючі з України обирають Іспанію, як відомий туристичний центр, оскільки він має наявний комфорт готелів, чудовий сервіс, гостинність та турботу. Під час подорожі, туристи зазвичай обирають таку мету поїздки: особисті потреби, діловий туризм, відпочинок та розваги, відвідування друзів та родичів, паломництво та лікування.

Іспанія входить до світової п'ятірки інших країн за кількістю прибулих туристів та отримання доходу від туризму. Королівство Іспанія займає друге місце в рейтингу всесвітніх туристичних держав за кількістю отримання прибутку від туризму, та третє за кількістю відвідувань туристами країну. Не зважаючи на економічні складнощі, країна отримує великі доходи від туризму у державний бюджет та здатна забезпечити населення працевлаштуванням та валютним заробітком.

Трипутень Анастасія Олександрівна
здобувачка, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА ЯПОНІЇ

Світову культуру неможливо уявити без японської основи. Від класичної японської поезії та філософії дзен до сучасних японських анімаційних фільмів та манги – цілий світ, де багато всього. Здається, що таке широке культурно-стильове поняття, як мінімалізм, багато в чому розглядається японським суспільством.

Сукупність духовних і матеріальних цінностей, що були створені в Японії і визначають духовно-суспільне буття японців. Ця культура має велику кількість культурних надбань, включаючи прекрасні зразки образотворчого мистецтва, архітектури, світові пам'ятники японської поезії, літератури, драматургії та пам'ятки садового будівництва. Поряд з ними існує багата спадщина японської культури релігійної та філософської думки [1].

Історія та розвиток культури Японії відзначаються гомогенністю, яка була закладена в період Едо (1603–1867) під час політики ізоляції від Заходу. Після реставрації Мейдзі в 1868 році розпочалося свідоме будівництво японської національної держави, що сприяло уніфікації культури [1].

Починаючи з 1966 р. в Японії стало популярним будівництво садів на дахах будинків. Використовувався найменший шматочок вільного простору для створення саду чи навіть парку. Також особливою формою озеленення житлового простору в Японії стає створення маленьких садів, розташованих у межах будинку [2].

Сади є майже при кожному храмі чи замку, при музеях. Видатними є 4 національні сади, загальна площа яких становить біля 240 га: сад при Імператорському палаці (115 га); національні сади: Кіото-гоен (63 га). Сіндзукі-гоен (58 га); меморіальний сад Чідорігафусі (16 га). В Кіото для ознайомлення з 30-ма основними садами розроблений автобусний тур [2].

Взагалі у списку об'єктів всесвітньої спадщини ЮНЕСКО в Японії значиться 21 найменування (на 2017 рік), що становить 1,8% від загальної кількості (1199 на 2023 рік). 17 об'єктів включено до списку за культурними критеріями, 4 об'єкти – за природними.

У 2021 році одразу два комплекси пам'ятників були включені до списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО – це «Острова Амамі Осіма, Токуносіма, північна частина острова Окінава та острів Іріомоте» та «Група пам'яток

періоду Демон на Хоккайдо та в північній частині регіону Тохоку». Таким чином, у Японії з'явилися нові пам'ятки природної та культурної спадщини, і всього в країні тепер налічується 25 об'єктів Світової спадщини [3].

Серед об'єктів культурної спадщини Японії особливе місце займає святилище Іцукусіма - синтоїстський храмовий комплекс на однойменному острові. Комплекс включено до Списку спадщини ЮНЕСКО. Як передбачається, вперше він був побудований в 6 столітті, а відновлена конструкція датується 16 століттям [4].

Історико-культурна спадщина Японії має велике значення для сучасності з кількох причин та має великий потенціал для розвитку в'їзного туризму в країну. Японія має довгу і багату історію, яка впливає на сучасну культуру, мистецтво, традиції та цінності. Спадщина минулих поколінь передається через покоління, зберігаючи унікальний японський спосіб життя. Японські традиції, такі як чаепиття, кімоно, ікебана (мистецтво квіткового оформлення) та фестивалі, є невід'ємною частиною сучасного життя. Вони сприяють збереженню національної ідентичності. Японська архітектура, сади, укійо-е (дереворізьба), каліграфія та інші види мистецтва відображають багатство культурної спадщини. Сучасні художники і дизайнери нерідко вдихаються цими традиціями. Японська філософія, така як зен-буддизм, шінтоїзм та конфуціанство, впливає на спосіб мислення, моральні цінності та підходи до життя.

Збереження і розуміння історичної спадщини допомагає сучасному суспільству вирішувати проблеми, зокрема в галузі екології, економіки та соціальної справедливості. Все це робить історичну спадщину Японії невід'ємною частиною сучасного японського суспільства

Отже, в Японії кожен день можна наповнити незабутніми враженнями. Щоб відчути себе справжнім японцем, в перервах між оглядами пам'яток просто необхідно: влаштувати релаксацію в Окінаві; побувати на чайній церемонії; подивитися змагання сумоїстів; та ансолодитися зеленими садами на дахах.

Список використаних джерел

1. Культура Японії. URL : https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0_%D0%AF%D0%BF%D0%BE%D0%BD%D1%96%D1%97
2. Туризм в Японії. URL : <http://www.geograf.com.ua/japan/651-japan-tourism>
3. Список об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО в Японії. URL : [Список об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО в Японії — Вікіпедія \(wikipedia.org\)](#)
4. Тур до Японії. URL : <https://www.silpovoyage.ua/uk/yaponiya/info>

Чичкало-Кондрацька Ірина Борисівна,
докторка економічних наук, професорка,
Филипась Тетяна Костянтинівна,
магістрантка, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

ДІЛОВИЙ ТУРИЗМ ЯК ЕФЕКТИВНА СФЕРА МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

Міжнародний бізнес передбачає активні ділові зустрічі між партнерами, які часто відбуваються під час їх участі у виставках, конференціях та інших заходах. Це сприяє розвитку ділового туризму, який сьогодні набуває актуальності. Тому дослідження ділового туризму як складової міжнародного бізнесу має науковий і практичний інтерес.

Як окремий напрям діловий туризм виник лише 20 – 30 років тому. Поняття «діловий туризм» (англ. – «business travel»), або ж аббревіатура MICE, відображає структуру цього виду туризму: meetings, conferences, exhibitions, що в перекладі означає: ділові зустрічі, конференції/конвенції, виставки. Але з кожним роком діловий туризм поповнюється новими різновидами. Сьогодні до нього відносять: щоденні поїздки на роботу за межі місця постійного проживання; місцеві, регіональні та національні зустрічі та конференції; великі міжнародні конгреси та з'їзди; навчальні курси, тренінги; професійні виставки та ярмарки; заохочувальні подорожі; студентські та вчительські обміни; діяльність благодійних та недержавних організацій, що здійснюють діяльність поза межами постійного місцезнаходження; поїздки працівників уряду у державних справах тощо.

За прогнозами UNWTO та WTTC, протягом найближчих десяти років щорічно оборот ділового туризму збільшуватиметься на 3,7% і зросте з 1,15 млрд. дол. у 2016 році до 1,7 млрд. дол. у 2027 році. Наразі частка ділових подорожей у світі складає 13% [1, 2].

Туристичні експерти стверджують, що діловий туризм є одним із найприбутковіших видів туризму. Так, саме цей вид подорожей приносить 50% доходу авіаперевізникам, 60% – готелям і 70% – компаніям з прокату автомобілів. Одна з прибуткових особливостей цього туризму – попит на комбіновану програму: близько 3 днів активної роботи в конференцзалі, а потім 1 – 2 дні насиченого відпочинку з екскурсійними поїздками. При цьому добові витрати таких туристів у середньому складають близько 345 доларів, у той час як той же сімейний турист витрачає за день до 200 доларів США [1].

Відповідно до міжнародних статистичних досліджень, що проводяться в туризмі, одним із найважливіших показників є кількість прибуттів, тобто кількість зареєстрованих туристів, що прибули в ту чи іншу країну або вибули з неї за певний проміжок часу.

За результатами дослідження, відсоток ділового сегменту у міжнародному бізнесі в цілому є доволі значним і коливається від 9,2% у

Стамбулі (8 місце, усього 12 млн. відвідувачів) до 29,7% у Парижі (3 місце, усього 18 млн. відвідувачів). Окремо варто виділити Шанхай (19 місце, усього 6 млн. відвідувачів), де ділові туристи складають 54,6% від загальної кількості).

МІСЕ-виставки і конференції (як заходи міжнародного ділового туризму) проводяться щорічно, зокрема такі як «ІМЕХ» у Франкфурті, «ІТВ» у Берліні, «WTM» у Лондоні, «Fitur» у Мадриді, «МІТТ» у Москві, «ЕХРО» у Ганновері та ін. Їх впевнено можна вважати плацдармом для просування на міжнародні виставки ділового туризму різних країн, у тому числі і України.

Одним із перших кроків у цьому напрямі стала виставка-конференція в Україні МІСЕ-2017. Проведення в Україні міжнародних конференцій і виставок показує іноземцям, що до нас можна їхати, оскільки тут є належні умови й безпека. 25 вересня 2017 р. Київська міська державна адміністрація провела захід KYIV IS NICE FOR MICE з дуже змістовними доповідями міжнародних експертів. А 26 вересня 2017 р. – Kyiv Invest Forum, де ціла секція відводилася для обговорення теми «Київ на міжнародній мапі ділового туризму».

Крім того, на початку червня 2017 року завершився перший етап партнерства Асоціації ділового туризму України (ВТА Ukraine) та Міжнародної асоціації професійних організаторів конгресів (IAPCO – International Association of Professional Congress Organizers). Зусиллями ВТА Ukraine створена українська версія словника термінології, що використовується в світовій індустрії зустрічей, розробленого IAPCO. Він охоплює всі аспекти послуг, методів, організації та обладнання, пов'язаних з міжнародними заходами.

Асоціація ділового туризму України, до якої входять підприємства, що залучені в галузі організації подорожей, конференцій і готельного сервісу, покликана представити нашу країну на міжнародному рівні і разом із державою виробити спільну стратегію розвитку галузі.

Таким чином, світовий досвід свідчить, що діловий туризм є ефективною і перспективною галуззю міжнародного туризму. Тому цей досвід доцільно уважно вивчати і наслідувати в процесі розвитку національних економік різних країн світу.

Список використаних джерел

1. Музичка Є.О. Стан і тенденції розвитку ділового туризму в Україні / Є.О. Музичка, В.А.Петренко. *Економіка та держава*. 2018. № 1. С. 55 – 60.

2. Розвиток ділового туризму у світі. URL: https://www.google.com.ua/search?ei=22DcW5q4BIO6swHGL7wCw&q=центри+ділового+туризму+в+світі&oq=діловий+туризм&gs_l

Хурса Віктор Валерійович,
магістрант, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА ТУРИСТИЧНУ ІНДУСТРІЮ УКРАЇНИ

COVID-19 та війна вплинули на Україну в усіх сферах, створивши серйозні виклики та зміни у функціонуванні економіки. Вони спричинили гальмування функціонування багатьох галузей, зменшили попит на товари та послуги, а також призвели до втрат робочих місць та збільшення боргу держави.

Однією з найбільш вразливих сфер виявилася туристична індустрія. Туризм України має високий потенціал розвитку в таких продуктах, як тури вихідного дня та діловий туризм (MICE), а також в області природних і культурних ресурсів (наприклад, гастротуризм, сільський туризм, медичні заклади/центри оздоровлення), однак через відсутність ефективного управління галуззю, неправильне статистичне охоплення та неконкурентність на міжнародному ринку її розвиток суттєво гальмувався.

До кризи COVID-19 туризм в Україні перебував у стані покращення після значного занепаду, пов'язаного з подіями 2014 року. Ключовими потенційними конкурентами українського туризму були сусідні країни – Польща, Румунія, Болгарія [1, с. 17]. За даними Міністерства інфраструктури України, у 2020 році обсяг туристичних послуг зменшився на 60% порівняно з 2019 роком, що призвело до серйозних втрат для готельно-ресторанного бізнесу та пов'язаних галузей.

Сфера малого та середнього бізнесу також постраждала від наслідків пандемії. Постійні локдауни завдали збитків як приватним підприємцям та бізнесу, так і комунальному підприємству, в особливості громадському транспорту. За даними компанії з автоматизації ресторанів Poster, тільки після двох тижнів карантину 2500 українських закладів припинили роботу. Це 63 % від усіх клієнтів компанії в Україні. Таким чином, можна припустити, що у країні не працювало приблизно 30000 закладів. Продажі закладів громадського харчування в Україні з 23 до 29 березня 2020 р. скоротилися в середньому на 73 % у порівнянні з аналогічним періодом до карантину. Продажі різко знизилися не тільки у столиці (на 78 %), а й у всіх найбільших обласних центрах. Так, у Львові показник просів у середньому на 78 %, у Харкові – на 73 %, у Дніпрі – на 65 %, в Одесі – на 60 %. У ресторанному бізнесі без роботи залишилось понад 160 тисяч осіб [2, с. 63].

Однак, деякі сектори економіки, наприклад, онлайн-торгівля та технологічний сектор, навіть отримали певні вигоди від кризових станів. За оцінками групи компаній EVO, у 2020 році українці придбали через Інтернет товарів і послуг на суму 107 млрд. грн. Це на 41% більше, ніж у 2019 р. В результаті зростання українського ринку e-commerce перевершило прогнози

експертів майже в три рази. При цьому зросла і кількість онлайн-оплат (мінімум на 50%) [3, с. 284].

Уряд України впроваджував різні заходи для підтримки економіки та окремих галузей. Одним із таких заходів була програма фінансової допомоги малим та середнім підприємствам, яка передбачала виплату компенсацій за фактичні витрати на заробітну плату під час пандемії.

Використовуючи дослідження МВФ, можна зазначити, що падіння ВВП під час пандемії склало 7,70% що дорівнює 50-54 млрд \$. Для повернення до «докарантинного» рівня економічного розвитку за прогнозами незалежних аналітичних компаній Україні потрібно було 1 - 2 роки нормальної роботи [4, с. 15]. Але, через війну, яка розпочалася в Україні 24 лютого 2022 р., темп зростання ВВП значно зменшився, а загрози для успішного функціонування економіки та її окремих галузей (зокрема і туристичної сфери) суттєво зросли.

Отже, пандемія COVID-19 та війна мали і мають серйозний вплив на економіку України та, зокрема, туристичну індустрію, спричиняючи зниження обсягів виробництва важливих секторів, втрату робочих місць та збільшення економічного тиску на державу. Хоча уряд вживає заходів для підтримки підприємств, відновлення економічного зростання може зайняти значний час.

Список використаних джерел

1. Звіт ЄБРР «Дорожня карта конкурентоспроможного розвитку сфери туризму в Україні». URL: <https://nto.ua/assets/files/ntou-book-strategic-ebrd-tourismroadmap.pdf>

2. Вагнер І.М., Демко І.І. Вплив COVID-19 на економічний розвиток малого і середнього бізнесу в Україні. *Socio-Economic Relations in the Digital Society*, 1(37), 2020. С. 59–66. URL: [https://doi.org/10.18371/2221-755x1\(37\)2020208208](https://doi.org/10.18371/2221-755x1(37)2020208208)

3. Дубель М.В. Вплив пандемії COVID-19 на процес діджиталізації світової торгівлі. *Економіка і організація управління*. № 4 (44). 2021. URL: <https://doi.org/10.31558/2307-2318.2021.4.25>

4. Департамент стратегічного планування та макроекономічного прогнозування Мінекономіки України: вплив COVID-19 на економіку і суспільство (бачення постпандемічного розвитку у 2020 - 2024 рр. очима експертів та молоді). Консенсус-прогноз. № 53. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=767c9944-87c0-4e5a-81ea-848bc0a7f470&tag=Konsensus-prognoz>

Штанько Володимир Дмитрович,
магістрант, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

ХАРАКТЕРИСТИКА ГОТЕЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ФРАНЦІЇ

У рейтингах готелів Франції виділяють виняткові 5-зіркові готелі, підносячи їм статус «палацу». Присуджується закладам, які досягли досконалості. Більшість готелів у Франції мають державний рейтинг. Вони перевіряються та оцінюються щодо рівня комфорту, зручностей та якості обслуговування. Французькі готелі схвалені та перевірені офіційними органами та класифікуються за сімома категоріями: беззіркові, 1*, 2*, 3*, 4*, 5* і палаци. Ціни, які висвічуються біля входу в готель і в номерах, повинні включати податки та послуги. Тарифи в готелях також нерегульовані, і зазвичай стягується додаткова плата за сніданок, а за додаткове ліжко можна доплатити. У більшості випадків номери повинні бути звільнені до обіду в день від'їзду. В основному в номерах є двоспальне або односпальне ліжко. За додаткове місце можлива доплата.

У Франції існують десятки готельних мереж, які групують стандартизовані готелі. Асортимент також охоплює всі категорії, від висококласних до середніх, як Accor Group (Sofitel, Novotel, Libertel, Mercure & Ibis) або Concorde Hotels, до більш економічних готелів поблизу великих міст (Hotel Formule 1, Etap Hotel, Balladins, Bonsaï, Liberté, Première Classe). Мережі готелів зазвичай мають центральні центри бронювання.

Ціна вказана за добу в одно- або двомісному номері. Ціни вказані на особу, якщо включають проживання та харчування. Готелі включають податки та послуги, а також мінімальний туристичний збір з особи за день.

Франція пропонує понад 9000 повністю обладнаних кемпінгів, офіційно присвоєних категоріям від 0 до 4*, і 2300 фермерських кемпінгів. Офіційний путівник для кемпінгу продається в книгарнях, газетних кіосках, FNAC (національна мережа універмагів) і в роздрібних магазинах (3 євро за примірник)[1].

Загальна кількість готелів у Франції на початку 2021 року становила 17 400 – і на додаток до цього є тисячі готелів типу « ліжко та сніданок» , котеджів або інших форм туристичного розміщення. Середній розмір окремого готелю у Франції становить 26 номерів.

Станом на березень 2022 року регіоном Франції з найбільшою кількістю готельних номерів був регіон Іль-де-Франс. У цьому регіоні, який включає місто Париж, а також передмістя навколо столиці, такі як Версаль або Марн-ля-Валле (дім паризького Діснейленду), було рівно 157 319 готельних номерів.

За винятком регіону Овернь-Рона-Альпи, який посідає друге місце в цьому рейтингу, інші регіони з кількістю готельних номерів понад 50 000 розташовані на узбережжі. Таким чином, у 2019 році в регіоні Прованс-Альпи-Лазурний берег біля Середземного моря було понад 73 000 готельних номерів, у порівнянні з 55 121 номерами в регіоні Нувель-Аквітанія, що межує з Атлантичним океаном [2]. Завдяки своїм привабливим ландшафтам (море і гори) ці регіони приймають більшість туристів, які їдуть до Франції.

Франція є країною з найбільшою кількістю мережевих готелів у Європі. Однак, незважаючи на те, що готелі залишаються популярним видом житла під час відпустки, туристи вибирають інші види розміщення. Станом на січень 2018 року класифіковане та мебльоване туристичне житло представляло більшість туристичних закладів розміщення у Франції, а пансіонати також були дуже поширеною формою розміщення в країні. У 2017 році веб-сайт онлайн-житла Airbnb був одним із найбільш відвідуваних туристичних сайтів у Франції. Франція була другою країною з найбільшою кількістю оголошень на Airbnb у 2017 році.

Паризькі готелі зафіксували рівень заповнюваності вище середнього порівняно з регіонами та Французькою Рив'єрою, досягнувши 71% протягом березня 2022 року, але розрив із 2019 роком залишався значним (-9%).

Готелі в найпопулярніших регіонах Франції: Корсика – 4950 готелів, Прованс – 20014 готелів, Нормандія – 8741 готель, Шампань – 899 готелів, Французькі Альпи – 25810 готелів, Кани – 104 готелі, Париж – 1602 готелі [3].

Очікується, що підвищення споживчих настроїв і зростання наявних доходів збільшать витрати споживачів на свята, а отже, і на галузеві послуги, підвищуючи рівень заповнюваності та RevPAR. Проте вища довіра та доходи можуть призвести до того, що більше вітчизняних споживачів обиратимуть відпочинок за кордоном. Висока конкуренція також може негативно впливати на продуктивність.

Список використаних джерел

1. Lévi Loïc, et al. Industrial legacy and hotel pricing: An application of spatial hedonic pricing analysis in Nord-Pas-de-Calais, France. *Tourism Economics*, 2022, 28.4. P. 870-898.

2. Mrozek Michał, et al. Tourism Industry in France in Consideration of the COVID-19 Pandemic. Main Selected Issues. *Journal of Applied Economic Sciences (JAES)*, 2022, 17.75. P. 67-77.

3. Система бронювання готелів Booking. Режим доступу: <https://www.booking.com>

СЕКЦІЯ 3

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ВИБІР УКРАЇНИ: ЗАВДАННЯ ТА ПРІОРИТЕТИ

УДК 327 (4+477)

Чичкало-Кондрацька Ірина Борисівна

докторка економічних наук, професорка,

Довгаль Катерина Станіславівна, магістрантка,
Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

ЄВРОІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ

Євроінтеграція України в умовах війни є складним процесом, який вимагає не лише політичної волі, але й стратегічного бачення. Нашій країні довелося зіткнутися з важливими внутрішніми та зовнішніми викликами. Складна геополітична ситуація також вимагає врахування в усіх аспектах євроінтеграційного шляху [1]. Умови війни підкреслюють необхідність зміцнення обороноздатності, реформування правоохоронних органів та забезпечення стабільності в державі. В той же час, ці умови надають Україні можливість продемонструвати свою відданість європейським цінностям, правам людини та демократії. Становлення сильної та незалежної країни, яка має відкриті та прозорі інституції, стає пріоритетом у вигляді гарантування майбутнього європейського членства.

Слід зазначити, що саме у 2022 р., коли розпочалася повномасштабна війна, почався новий етап у відносинах між Києвом та ЄС – Україна отримала статус кандидата на вступ. Цей крок конкретизував перспективи приєднання до європейської спільноти, сприявши подальшим реформам та ставши стимулом для влади. Він був позитивним сигналом для європейських і світових інвесторів, підкресливши відкритість України для співпраці та розвитку. Війна прискорила євроінтеграційні процеси нашої країни, об'єднала українську націю та зміцнила громадську підтримку руху до ЄС, вказавши на важливість цього курсу для майбутнього країни. З іншого боку, війна змінила підходи до політики Брюсселя по відношенню до України та викликала перегляд пріоритетів у сфері безпеки. Втрати, які несе Україна в результаті війни, виявили значний вплив на хід руху країни до об'єднаної Європи, зумовивши особливості «воєнної» євроінтеграції та необхідність адаптації до нових викликів та загроз [2].

Україна продовжує активно впроваджувати європейські реформи, приймає важливі законодавчі акти з питань євроінтеграції та розширює співпрацю з ЄС у різних сферах попри триваючу повномасштабну війну. Загалом, можна говорити про помітний прогрес, значні досягнення та зміни на шляху до Європейського Союзу. Отримання статусу кандидата є важливим кроком, але це лише початок, а не завершення процесу євроінтеграції.

Навіть у важких умовах війни Україна не припиняє працювати над реалізацією цілей євроінтеграції. Тепер, з статусом кандидата в ЄС наша країна

має можливість використовувати переваги для впровадження необхідних реформ, які є важливими для членства в ЄС. Також важливо створювати умови для повоєнного відновлення країни за європейськими нормами і стандартами.

Широкомасштабна війна, яка створює загрозу українській державності, змушує переглянути пріоритети у внутрішній соціально-економічній сфері та зовнішній політиці. Головна увага та ресурси спрямовуються на опір російській агресії, що безпосередньо впливає на темпи та характер євроінтеграційних процесів. Зокрема: війна певним чином ускладнила реформування в рамках реалізації Угоди про асоціацію Україна-ЄС та процес імплементації пакета рекомендацій Єврокомісії [2]. Попри ряд важливих ініціатив ЄС щодо лібералізації торгівлі з Україною і залучення її до внутрішнього європейського ринку, об'єктивно знизився інтерес і активність європейських бізнес-партнерів до розвитку контактів з воюючою країною зі складною внутрішньополітичною ситуацією, яка містить ризики та небезпеки для інвестицій і ведення бізнесу. Війна перетворила Україну на довгострокового реципієнта міжнародної донорської допомоги. Через російську експансію і тривалу війну Україна має зосереджувати величезні політико-дипломатичні, фінансово-економічні, кадрові ресурси на протистоянні агресії на різних напрямках.

Наразі триває російсько-українська «війна на виснаження», і в контексті обмежених внутрішніх ресурсів процес європейської інтеграції здійснюється не на повну силу. Основна увага політичних дій та рішень української влади, а також суспільства, сьогодні зосереджена переважно на темі війни та її наслідках.

Таким чином, євроінтеграція в умовах війни не лише вимагає внутрішніх змін, але й надає Україні можливість зміцнювати свою позицію на міжнародній арені. Україна продовжує свій шлях до об'єднаної Європи, зазнаючи випробування, але віддана своїм цілям та переконана у своєму європейському майбутньому. Зусилля у напрямку євроінтеграції в умовах війни вимагають комплексного підходу. Це означає реформи в сфері економіки, боротьби з корупцією, розвитку інфраструктури та підвищення якості життя громадян. Крім того, важливо утримувати дипломатичні зусилля на міжнародному рівні для підтримки України та її територіальної цілісності. З однієї сторони повномасштабна війна завдала й продовжує завдавати непоправних втрат України, всьому суспільству, але з іншої, на противагу російським цілям, стимулює європейський вектор розвитку нашої країни.

Список використаних джерел

1. Європейська інтеграція України: російський фактор. *Національна безпека і оборона*. 2020. №1-2. С. 58 - 61.
2. Україна на шляху до ЄС: реалії і перспективи. 2022. №1-2 (187-188). URL: https://razumkov.org.ua/images/journal/NSD187-188_2022_ukr_full.pdf (дата звернення: 18.03.2024)

**Азаров Артем Владиславович,
Ісаєв Нік Романович,
Тимощик Юлія Миколаївна,**
здобувачі, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

РЕАЛІЗАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНИХ ІНТЕРЕСІВ УКРАЇНИ НА ШЛЯХУ ДО ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Реалізація національних інтересів України на шляху до європейської інтеграції включає ряд стратегічних напрямків та заходів, спрямованих на зміцнення політичних, економічних, соціальних та культурних зв'язків із Європейським Союзом, зокрема [1]:

1. Політичний діалог та співпраця. Україна зосереджується на підтримці політичного діалогу та співпраці з країнами ЄС, що допомагає зміцнювати демократію, права людини та правову державу в країні, що включає участь у різних форматах співробітництва, таких як Асоціація, Рада співпраці та інші.

2. Економічна інтеграція та торгівля. Україна активно працює над глибшою економічною інтеграцією із ЄС через вільну торгівлю, гармонізацію стандартів та норм, сприяння інвестиціям та співпрацю у сфері енергетики та інфраструктури.

3. Спільна безпека та оборона. Україна співпрацює із країнами ЄС у питаннях безпеки та оборони, зокрема в рамках спільної безпеки, боротьби з тероризмом, підтримки мирних процесів та захисту від загроз з боку Росії.

4. Реформи та модернізація. Україна проводить реформи в різних сферах, таких як правова система, адміністративна реформа, боротьба з корупцією, що є важливими для наближення до стандартів ЄС та підвищення конкурентоспроможності країни.

5. Культурна та освітня співпраця. Україна активно співпрацює з країнами ЄС у сфері культури та освіти, сприяючи обміну досвідом, знаннями та інноваціями, а також підтримці мовної та культурної різноманітності.

Вищенаведені стратегічні напрямки сприяють зміцненню партнерства між Україною та ЄС, сприяють забезпеченню стабільності та процвітання в регіоні та сприяють досягненню національних інтересів країни на шляху до європейської інтеграції.

Україна підписала Угоду про асоціацію з ЄС, яка передбачає створення зони вільної торгівлі між сторонами. Це дозволяє українським підприємствам отримати безмитний доступ на європейський ринок, що збільшує їх конкурентоспроможність та стимулює експорт.

Крім того, Україна активно працює над гармонізацією своїх стандартів та норм з європейськими, що сприяє спрощенню торгівлі та збільшенню взаємоприйнятності продукції, що допомагає українським компаніям відповідати вимогам європейського ринку. Уряд України активно сприяє іноземним інвестиціям зі сторони країн ЄС, створюючи сприятливе

інвестиційне середовище, запроваджуючи реформи та заходи для захисту прав інвесторів, що стимулює залучення іноземних інвестицій та сприяє розвитку національної економіки [2]. Україна співпрацює з ЄС у сферах енергетики та інфраструктури, сприяючи модернізації та розвитку своїх енергетичних систем, підвищенню енергоефективності та розбудові транспортної інфраструктури. Вищенаведені заходи спрямовані на зміцнення економічних зв'язків між Україною та ЄС, сприяють підвищенню ефективності економіки, стимулюють розвиток торгівлі та інвестицій та сприяють загальному підвищенню рівня життя українських громадян.

Співпраця України з країнами ЄС у питаннях безпеки та оборони є важливою складовою стратегічного партнерства між Україною та Європейським Союзом. Україна підтримує спільні ініціативи та програми з країнами ЄС з метою зміцнення колективної безпеки та обороноздатності в регіоні, що включає спільні військові навчання, обмін досвідом та технологіями [3].

Україна співпрацює з країнами ЄС у рамках різних ініціатив та механізмів боротьби з тероризмом, включаючи обмін інформацією, спільні операції та програми підтримки стабільності в регіоні. Україна тісно співпрацює з країнами ЄС у питаннях захисту від загроз з боку Росії, зокрема у зв'язку із російським повномасштабним вторгненням в Україну та анексією Криму. Співпраця включає політичну підтримку, економічні санкції, військову допомогу та інші заходи для захисту територіальної цілісності та суверенітету України.

Список використаних джерел

1. Buriak A., Levchenko I., Herashchenko V., Shevchenko O. Impact of full-scale war on changes in the format of Ukraine's cooperation with the European Union. *The EU Cohesion policy and healthy national development: Management and promotion in Ukraine*: monograph. In: Letunovska N., Saher L. & Rosokhata A. Szczecin: Centre of Sociological Research, 2023. P. 369–378. DOI: <https://doi.org/10.14254/978-83-968258-5-8/2023>
2. Buriak A., Vachykalo K. The role of chambers of commerce and industry in ensuring the external economic security of the state. *Економіка і регіон*. 2023. №4 (91). С. 249–254. DOI: [https://doi.org/10.26906/EiR.2023.4\(91\).3220](https://doi.org/10.26906/EiR.2023.4(91).3220)
3. Буряк А.А., Маховка В.М., Сторожук Л.М. Стратегія і механізми запровадження цифрової економіки в країнах ЄС та Україні як умова подолання кризових явищ. *Економіка і регіон*. 2023. № 2(89). С. 53–59. DOI: [https://doi.org/10.26906/eip.v0i2\(89\).2934](https://doi.org/10.26906/eip.v0i2(89).2934)

**Aleksandrova Anna,
Krutko Svetlana,
Pashko Maria**

student's, student's, National
University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic»

ENVIRONMENTAL POLICY OF THE COUNTRIES OF THE EUROPEAN UNION: DEVELOPMENT AND ACHIEVEMENTS

Over the past decades, the state of the environment has significantly deteriorated in Europe and the problem of combating its pollution has intensified. At the legislative level, the governments of the European Union recognized the priority of environmental policy as a component of social development. Member states of the European Union are responsible for the effective implementation of environmental protection agreements adopted by the EU. Environmental protection and the implementation of an effective environmental policy are currently one of the most important tasks facing the governments of the European Union. European environmental policy is based on the principles of prevention and elimination of the source of pollution, as well as on the "polluter pays" principle. One of the first steps in the field of environmental protection can be considered the signing of the Maastricht Treaty in 1992, which not only established the European Union, but also gave environmental protection the status of politics. Three environmental declarations were adopted as annexes to it: directives on harmful substances; on the impact of EU measures on environmental protection; on the protection of animals [1].

The Aarhus Convention, which entered into force on October 30, 2001, made a significant contribution to the establishment of the mechanism of guarantees of environmental rights in the European Union. In accordance with its provisions, States Parties to the Convention are guaranteed the rights to access to information, to public participation in the decision-making process, and to access to justice on issues related to the environment. The landmark document in the development of the environmental policy of the EU countries was the Lisbon Treaty, the specific purpose of which is the fight against climate change. The agreement contains obligations to promote at the international level measures designed to overcome regional and global environmental problems of the EU countries, in particular in the context of the fight against climate change. The agreement was ratified by all EU countries in 2009. To this day, environmental protection remains one of the EU's priority areas of activity, which determines its competence in the field of environmental protection and determines the adoption of a significant number of pan-European normative acts. In particular, in 2019, the European Green Deal ("European Green Course") was defined, which is a plan to transform Europe into the world's first climate-neutral continent. It is not an

agreement, but rather a road map of actions aimed at achieving climate neutrality in Europe by 2050. In general, the range of legal instruments regulating environmental protection issues is constantly expanding, which indicates the development of the environmental policy of the European Union countries. Consistency and durability: successful examples of environmental policy implementation in some EU countries Germany. Since the beginning of discussions about global warming, the country has declared itself one of the world leaders in the fight for climate protection. Last year, the level of greenhouse gas emissions was 42.3% below the level of 1990. Austria. Since 2017, the country produces more than 70% of electricity from "clean" sources. At the same time, Austria is already setting itself an ambitious goal of obtaining 100% of electricity from RES in 2030 [2-4].

Denmark Undisputed leader in wind energy. To date, no country can surpass this Scandinavian state in terms of the number of registered wind energy companies. Back in 2015, wind energy in Denmark was able to produce 42% of all electricity consumed in the country, and plans are to produce 100% of energy with a zero carbon footprint by 2028. Sweden. It has the world's smallest volume of garbage in landfills - only 0.7%. This is because 99% of household waste in Sweden is sorted, in particular: 50% - for energy generation; 35% - for processing and another 15% - for the production of biofuel and fertilizers. Estonia. To become one of the cleanest countries in Europe.

References

1. Levchenko I.V. THE ROLE OF INNOVATION IN THE MODERN EDUCATIONAL PROCESS: DOMESTIC AND GLOBAL EXPERIENCE. NGO "IESF". https://www.iesfukr.org/repository,https://reposit.nupp.edu.ua/bitstream/PolNTU/14201/1/Praga_2023_%d0%9b%d0%b5%d0%b2%d1%87%d0%b5%d0%bd%d0%ba%d0%be%20%d0%86.%d0%92..pdf
2. Novytska, I. (2019), Organic products promotion management through distribution channels, Problems of systematic approach in economy, vol. 5 (73), pp. 156—161, Available at: <http://reposit.pntu.edu.ua/handle/PolNTU/6606> .
3. Buryak, A., and other. (2021), "An influence of foreign investments on the development of organic production in Ukraine", Scientific magazine "Economy and Region", vol. 4, pp. 6-11, Available at: <http://journals.nupp.edu.ua/eir/article/view/2472/1940> .

Безрукова Наталія Валеріївна,
кандидатка економічних наук, доцентка,
Кушніренко Єлизавета Віталіївна,
здобувачка, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ВИБІР УКРАЇНИ: ЗАВДАННЯ ТА ПРІОРИТЕТИ

Європейський вибір означає для України побудову громадянського суспільства та соціально орієнтованої ринкової економіки європейського типу, формування середнього класу, подолання загрозливої диференціації доходів населення та зниження рівня бідності. Наступні роки повинні стати визначальними у розв'язанні саме цих стратегічних завдань, інакше Україна може опинитися на периферії світових інтеграційних процесів, які визначають зміст і характер триваючого процесу глобалізації світу. На шляху до об'єднаної Європи Україні необхідно вирішити комплекс проблем і в першу чергу досягнути основних стандартів та критеріїв, обов'язкових для набуття членства в Євросоюзі.[1]

Більш активна фаза на вступ України в ЄС почалась після повномасштабного вторгнення Росії в Україну. 28 лютого 2022 року, невдовзі після початку російського вторгнення, Україна подала заявку на членство в Європейському Союзі. Президент України Володимир Зеленський попросив негайного вступу за «новою особливою процедурою», а президенти восьми держав ЄС закликали прискорити процес вступу. 28 лютого 2022 року президент Європейської комісії Урсула фон дер Ляєн заявила, що Україна належить до Європейського Союзу, і блок хоче, щоб Україна приєдналася, але для цього знадобиться час. 1 березня 2022 року Європейський парламент рекомендував зробити Україну офіційним кандидатом на членство, а 10 березня 2022 року Європейська рада звернулася до Європейської Комісії з проханням дати висновок щодо заявки. 8 квітня 2022 року фон дер Ляєн особисто передала Зеленському опитувальник щодо членства в ЄС. 17 квітня 2022 року Україна завершила роботу над першою частиною опитувальника, а 9 травня — над другою.

17 червня 2022 року Європейська комісія рекомендувала Європейській раді надати Україні статус кандидата на вступ до Європейського Союзу. Одночасно Брюссель висунув вимоги щодо проведення реформ, надавши список із семи пунктів. [2]

Рекомендація Єврокомісії містила список з семи рекомендацій, які передбачали, що Україна має виконати, щоб зберегти статус кандидата:

–впровадження нової процедури відбору суддів до Конституційного суду з попередньою перевіркою доброчесності та професійних якостей відповідно до рекомендацій Венеційської комісії;

–продовження судової реформи: завершення формування добросовісного складу Вищої ради правосуддя та Вищої кваліфікаційної комісії суддів України;

–боротьба з корупцією: призначення керівника САП та директора НАБУ;

–боротьба з відмиванням коштів та правоохоронна реформа;

–впровадження антиолігархічного закону відповідно до рекомендацій Венеційської комісії;

–ухвалення закону про медіа, узгодженого з аудіовізуальною директивою ЄС;

–завершення реформи законодавства щодо національних меншин відповідно до рекомендацій Венеційської комісії.

Водночас Європейська рада у своєму рішенні зазначила, що вона вирішить щодо наступних кроків щодо заявки України до ЄС після повного виконання цих семи вимог. Наразі України виповнила лише 2 умови. [3]

Європейський парламент 23 червня 2022 ухвалив резолюцію із закликом невідкладно надати статус кандидата на членство в Європейському Союзі для України. 23 червня 2022 року Європейська рада надала Україні статус кандидата на вступ до Європейського Союзу. 14 грудня 2023 року Європейська рада вирішила розпочати переговори щодо вступу України до Європейського Союзу.

Щодо думки європейців опитування Flash Eurobarometer, яке провели у квітні 2022го в усіх країнах ЄС, свідчить про найбільшу підтримку вступу України до ЄС в Португалії, де це підтримали 87 % респондентів. Далі йдуть Естонія (83 %), Литва (82 %), Польща (81 %) та Ірландія (79 %). Найбільш скептично до вступу України ставляться угорці, де цю ідею підтримують тільки 48 % респондентів (проти — 37 %). Водночас в Угорщині найвища частка населення, яка не визначилась щодо цього питання — 16 % (стільки ж у Франції і Бельгії)[4]

Список використаних джерел

1. Курс на європейську інтеграцію – стратегічний вибір України
URL: https://pidru4niki.com/1127090463436/politekonomiya/yevropeyskiy_vibir_ukrayini

2. European Commission recommends Ukraine EU candidate status
URL: <https://www.dw.com/en/european-commission-recommends-ukraine-be-granted-eu-candidate-status/a-62166624>

3. Кандидат авансом: 7 вимог, які має виконати Україна, щоб ЄС не скасував її новий статус URL: <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2022/06/18/7141516/>

4. EU's response to the war in Ukraine
URL: <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2772>

Безсмертна Валерія В'ячеславівна
магістрантка, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ В СИСТЕМІ ЄВРОПЕЙСЬКОМУ РИНКУ

Суттєве значення для національної економіки України має її місце на європейському ринку. Важливим елементом розвитку є галузева структура аграрного сектору, за допомогою якого розвивається економіка та розширює перспективи свого функціонування на міжнародних ринках.

Агресивне вторгнення Росії в Україну завдало великої шкоди аграрному сектору України. На площі, які безпосередньо постраждали внаслідок воєнних дій, припадало близько 36% довоєнного вирощування зернових у країні [1]. Наразі не всі сільськогосподарські площі обробляються, оскільки частина з них розташована занадто близько до кордону та місць активних бойових дій, такі землі потерпають від постійних обстрілів та бомбардувань.

Від негативних наслідків війни страждають також дрібні виробники. Згідно з опитуванням FAO, 44% виробників повідомляють про катастрофічне зростання собівартості продукції, а кожен четвертий респондент говорить про скорочення або припинення виробництва через війну. Станом на лютий 2023 року загальні збитки українського сільського господарства оцінюються в 40,2 млрд дол [2]. Однак, попри виклики перших місяців війни, Україна за допомогою міжнародного співтовариства частково відновила експорт сільськогосподарської продукції та зберегла позиції одного з найбільших світових постачальників зернових.

За роки реформації українська аграрна економіка стала предметом обговорень через свою спрямованість на великих фермерів та агрохолдинги, тоді як європейська модель залишається орієнтованою на малі сільськогосподарські господарства.

На думку експертів, українці до сільського господарства ставляться як до бізнесу, а європейці – як до соціальної програми підтримки села. Аграрна економіка України побудована на великих фермерах та агрохолдингах, яких в Україні 40 тис., а європейський аграрний сектор тримається на малих фермерах. Наразі такі відмінності у моделях розвитку аграрного сектору, які призводять до непорозумінь.

Національна модель з погляду бізнес-ефективності більш продуктивна, проте, важливо враховувати макроекономічний аспект. Так, українські великі господарства попри ефективність, створюють обмежену кількість робочих

місць, що загострює проблему безробіття та негативно впливає економічний розвиток сільських регіонах.

Європейські фермери не хочуть, об'єднуватися в великі холдинги і не налаштовані до чесної конкурентної боротьби. Аналітики доводять, що європейська модель має сумнівну ефективність, але з точки зору макроекономіки ця модель є ефективнішою, ніж українська. Так як вона дозволяє великій кількості людей у селі знайти роботу, забезпечувати себе самостійно та витратити гроші в економіку, підтримувати її зростання та розвиток.

В умовах ринкової економіки та зростання конкуренції на ринку питання підвищення конкурентоспроможності продукції набуває дедалі більшої актуальності. Сучасні умови розвитку характеризуються поглибленням інтеграційних процесів, лібералізацією умов торгівлі сільськогосподарськими товарами, орієнтацією на зовнішні ринки, а також підвищеною увагою до якості продукції..

Проблема конкурентоспроможності посідає одне із провідних місць в економічному аналізі різних суб'єктів господарської діяльності, що пояснюється об'єктивним посиленням міжнародної та внутрішньої конкуренції. У зв'язку з цим особливої актуальності набуває питання підвищення конкурентоспроможності вітчизняної сільськогосподарської продукції

Європейський аграрний ринок має свої особливості, під впливом яких формується кон'юнктура та система зовнішньоекономічних відносин з Україною у торгівлі сільськогосподарською продукцією. Перспективи покращення агроторговельної ситуації між Україною та ЄС залежать від пошуків альтернативних рішень, спрямованих на усунення проблем.

Як підсумок, для вирішення проблеми підвищення конкурентоспроможності продукції аграрного сектору на зовнішніх ринках потрібна розробка стратегії збалансованого розвитку аграрних підприємств, яка орієнтуватиметься на виробництво інноваційної продукції високої якості.

Список використаних джерел

1. Сільське господарство та ринок сільськогосподарських земель України: вплив війни <https://voxukraine.org/silске-gospodarstvo-ta-rynok-silskogospodarskyh-zemel-ukrayiny-vplyv-vijny>
2. FAO. 2022. Ukraine: Impact of the war on agriculture and rural livelihoods in Ukraine – Findings of a nation-wide rural household survey, December 2022. Rome. <https://doi.org/10.4060/cc3311en>

Golubytskyi Artem, Herashchenko Dmytro,
Masters, National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic»

ENVIRONMENTAL REFORMS OF UKRAINE ON THE WAY TO THE EU

Environmental threats and challenges that faced Ukraine until February 24 did not resolve themselves, but only deepened. The war had a global impact on the state of Ukraine's environment. As a result, the reduction and deterioration of the state of natural ecosystems, chemical and industrial pollution, mining of territories, devastating damage to biodiversity. There are many problems with Ukraine's ecology, so you need to work with them every day. Neither in the status of a candidate for the EU now, nor in the status of a member of the EU in the future, we do not want to be the most backward country in terms of ecology. The post-war recovery of Ukraine should be based on the principles of the European Green Course and the use of advanced environmental tools [1].

During reconstruction, we face a difficult task - to implement several vectors at the same time: environmental restoration, implementation of European integration reforms, and implementation of climate change policy. Ukraine faces many challenges in terms of environmental restoration. And the most important thing is the implementation of priority initiatives already during the war. Ukraine Recovery Conference, which took place on July 4-5 in Lugano, Switzerland, was an important contribution to the future restoration of the environment. One of the programs of the conference, which is planned to be implemented in the future, is "Reconstruction of a clean and protected environment". It is planned to implement 76 nature protection projects worth 25.5 billion euros within its limits. The practical results of the implementation of the program should be: the construction of more than 100 modern waste management facilities, 10 national parks organized according to EU standards, 9 forest seed centers for growing tree seedlings, etc. At the conference in Lugano, Ukraine and Switzerland agreed on assistance in the implementation of climate projects for the recovery of Ukraine. Although Switzerland is not a member of the European Union, its experience in conducting environmental policy is significant. Switzerland will invest in projects that should reduce the emission of greenhouse gases. After all, the reconstruction of Ukraine will require intensive use of various spheres: mining, industry, transport, and others, which will be accompanied by an increase in carbon emissions into the atmosphere. Switzerland's experience and support are valuable for us to implement "green" principles and rebuild the country without harming the world's ecology. The European community is making a lot of efforts to combat climate change [1-2].

Ukraine is already officially part of the European family. Therefore, reforms are ahead of us in order to reduce emissions and renew the tasks to fulfill the obligations under the Paris Climate Agreement. It is about reforming the energy sector, the development of solar, wind and hydropower. There are plans to implement in Ukraine a national system of trading quotas for greenhouse gas emissions and to improve the systems of monitoring, reporting and verification of emissions. On July 18, the Verkhovna Rada adopted government draft law No. 6477, according to which a national register of pollutant emissions and transfers (PRPZ) will be created in Ukraine. This is an important step in order to make the air in Ukraine cleaner. And also control and reduce emissions of harmful substances. Efficient waste management is another reform on the way to European integration. The first step towards it has already been taken. In June, the Verkhovna Rada adopted the framework draft law on waste management (No. 2207-1-d). Solving the issue of waste is especially relevant now, when its amount is significantly increasing as a result of military operations. A large amount of construction debris appears during the cleaning of territories, demolition of debris, restoration of residential buildings and enterprises. Therefore, draft law No. 2207-1-d was supplemented with a part on how to manage this type of waste. This will ensure the creation and implementation of a mechanism for their distribution, proper disposal or storage. On the way to the EU and a clean environment, we must work on the entire waste management system and establish its effective functioning. There are plans to build 142 facilities for special waste management in Ukraine. An important component, without which it is impossible to restore and carry out qualitative changes in the environment, is the greening of the consciousness of Ukrainians [1-2].

It is about a more frugal attitude of the public towards natural resources, everyone's responsibility for a clean environment for themselves and future generations. Reformatting from a consumerist attitude to a more frugal one. In the future, it is planned to create and implement the Interdepartmental Program "Environmental Education and Information for the Sustainable Development of Ukraine for 2022-2032" for each region of Ukraine. Ukrainian forests have been affected by military operations, many territories with plantations are still mined. Therefore, all initiatives and European integration programs regarding forest policy must be adapted to military realities. Attract funds and international experts to demining, rationally use forest resources and increase Ukraine's forest cover.

References

4. Ecopolitic (2024). <https://ecopolitic.com.ua/ua/news/ekologichna-politika-krainievrosojuzu-stanovlennya-ta-dosyagnennya/> .
5. Levchenko I.V. The role of innovation in the modern educational process: domestic and global experience. NGO "IESF". <https://www.iesfukr.org/repository>

Зайцева Марія Євгеніївна,
здобувачка, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

МОТИВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Підприємництво є одним із ключових інститутів ринкової економіки, а підприємець є головним суб'єктом економічної діяльності і ринкових відносин. Мотивація діяльності підлеглих у підприємницькій структурі вирішує ряд найактуальніших завдань з покращення соціально економічної ситуації у країні і встановлення умов, що сприяють ефективності ринкової моделі розвитку. Умови воєнного стану зумовлюють необхідність дослідження цього явища, а також його складових, які стимулюють результативність праці та спонукають людину до здійснення поставлених цілей.

Мотиваційний механізм повинен одночасно та однаково ефективно виконувати низку суспільно-значущих функцій: стимулюючу, відтворювальну, регулюючу. Однак агресивна політика росії призвела до нестабільності економіки України, зменшення обсягів виробництва й реалізації продукції, скорочення робочих місць, зниження темпів економічного розвитку.

Згідно даних ООН, до 15 березня 2022 року з України виїхали майже 3 млн громадян, менше половини з них – люди працездатного віку, майже всі – жінки. Велика кількість чоловіків працездатного віку була мобілізована, частина працівників переїхала у відносно безпечні регіони. Тож бізнес, який не може релокуватися, потерпає від нестачі робочих. 48% підприємств малого та середнього бізнесу не можуть перевезти виробництво, 31% не встигли це зробити, близько 20% здійснили часткову релокацію бізнесу або в процесі переїзду [1]. Але уже з квітня 2022 року розпочався процес відновлення підприємницької діяльності. мотивований державних та міжнародних програмам підтримки бізнесу під час війни

Тому наразі дослідження мотиваційного механізму підприємницької діяльності вимагає з'ясування не лише сутності та змісту такої діяльності, а також умов та факторів її розвитку. Вплив численних різноманітних факторів та умов зовнішнього середовища може бути для підприємництва мотивуючим або демотивуючим. Це у свою чергу призводить до активізації або гальмування підприємницької діяльності. Тому при вивченні можливостей регуляторного забезпечення мотиваційного механізму розвитку підприємницької діяльності важливо враховувати не лише численність і різноманітність факторів і умов мотивації діяльності та її результат.

Так у сучасних умовах євроінтеграції підприємства особливо часто стикаються із невизначеністю та ризиками, непередбачуваними ситуаціями, коли еволюційні підходи, побудова екстраполяційних прогнозів та планів за прибутковими методами не можуть забезпечити правильної орієнтації розвитку в майбутньому за межами власної держави.

Вирішувати ці проблеми слід шляхом застосування методів стратегічного управління потенціалом підприємства як багатопланового, управлінського процесу, який допомагає формулювати та виконувати ефективні стратегії формування й розвитку підприємництва. При цьому слід враховувати всі зовнішні фактори впливу, що забезпечують досягнення встановлених цілей та реалізацію нових можливостей і переваг.

Відновлення економіки та її євроінтеграційний вектор розвитку має ґрунтуватись на розбудові високотехнологічного підприємницького сектору, підвищення його конкурентоспроможності на європейському та глобальному ринках. Важливим завданням державної політики щодо розвитку інноваційного підприємництва в країні має стати налагодження плідної співпраці між владою, бізнесом і наукою. Пріоритетними напрямками для уряду країни мають стати стимулювання інноваційної активності підприємницького сектору, формування сприятливого нормативно-правового середовища та інноваційно-інвестиційного клімату.

Одним із пріоритетних завдань державної політики мають стати впровадження європейських підходів до розвитку малого та середнього бізнесу в Україні із паралельним формуванням інституційної системи її забезпечення. Втілення цієї політики має здійснюватись цілеспрямовано, системно та послідовно в комплексі національної інноваційної системи.

Значна залежність економіки України від складних інтеграційних процесів та низька конкурентоспроможність вітчизняної економіки на міжнародній арені актуалізують необхідність формування потенціалу конкурентоспроможного розвитку національного підприємницького сектору та пошуку напрямків для його мотивації та розвитку.

Список використаних джерел

1. Бізнес в умовах війни: хто зазнав найбільших втрат та як відновлюються підприємства <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/03/23/684549/>
2. Аналіз актуального стану та пропозиції щодо покращення підприємництва в Україні <https://careerhub.in.ua/doslidzhennya-analiz-aktualnogo-stan/>

Красун Яна Андріївна,
магістрантка, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ВИКОРИСТАННЯ КЛАСТЕРІВ ДЛЯ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

Сучасна економіка демонструє різноманітні засоби для збільшення ефективності свого розвитку. Одним із них є кластери, тобто локалізовані на певній території міжгалузеві об'єднання підприємств. У ряді розвинутих країн Європи кластерна політика розглядається як окремий напрям економічної політики. Одна з найбільш ефективних програм підтримки кластерів діє в Норвегії.

У 2002 році в Норвегії почала здійснюватися перша програма підтримки кластерів – Arena. У 2013 році в рамках даної програми надавалася підтримка 28 кластерам. Серед них:

- морський біотехнологічний кластер BioTech North;
- туристичний кластер «Зимові пригоди в Арктиці»;
- «Осло Медтехніка» – кластер, що об'єднує компанії, лікарні та науково-дослідні установи Осло, що співробітничать з метою розвитку медичних технологій;
- «Чиста вода Норвегії» – кластер, який об'єднує компанії, що займаються вдосконаленням технологій очищення води.

У 2006 році було розпочато реалізацію другої програми підтримки кластерів – Норвезькі центри експертизи (NCE). У 2013 році в рамках даної програми надавалася підтримка 12 кластерам. Серед них: □

- морський кластер, який включає 210 компаній, які проектують, будують і оснащують кораблі; □
- підводний кластер, до якого входять понад 100 компаній, що виробляють та експлуатують техніку для підводних робіт; □
- раковий кластер в Осло, до якого входять більше 60 науково-дослідних установ і компаній, зайнятих діагностикою та лікуванням раку.

Програма Arena сприяє розвитку нових кластерів. Кожен із них отримує щорічно 1,5-2 млн. норвезьких крон (250-330 тис. дол. США). Ця програма зазвичай підтримує кластер протягом трьох років. Програма NCE підтримує найбільш активні й орієнтовані на зростання кластери. Термін підтримки – до 10 років. При цьому після трьох і шести років здійснюється оцінка ефективності кожного проекту [1].

У 2014 році розпочато здійснення третьої кластерної програми – Глобальні центри експертизи (GCE), розрахованої до 2024 року. Мета її – підтримка кластерів світового рівня. У рамках програми надається підтримка двом кластерам:

– NODE («Норвезька техніка для морських і бурових робіт»). Цей кластер об'єднує 75 компаній-виробників високотехнологічного обладнання для нафтової та газової промисловості й морського флоту, розташованих у Південній Норвегії. Цікаво, що з 2006 року цей кластер діяв у рамках програми Arena, з 2009 року – під егідою програми NCE;

– «Синій морський», що розташований на західному узбережжі Норвегії. Він є світовим лідером у проектуванні, будівництві, оснащенні та експлуатації найсучасніших кораблів.

Одна зі сфер, де в Норвегії активно діють кластери – це розведення риби. Успіхи країни в рибництві багато в чому пов'язані з діяльністю трьох кластерів, кожен з яких об'єднує риборозводні ферми, переробників риби, постачальників обладнання, виробників кормів для риб, селекційні компанії, наукові та освітні установи, фінансові установи. Два з них розвивалися в рамках програми Arena, один підтримується програмою NCE.

Кластер АКВАРЕНА почав діяти в 2008 році. Його учасниками є 60 підприємств і організацій. Загальний оборот учасників кластеру – 6 млрд. крон (приблизно 1 млрд. дол.), у ньому зайнято 2000 співробітників. До 2012 року кластер підтримувався програмою Arena, але після цього діє в якості незалежної асоціації. Під егідою кластера реалізується низка інноваційних проектів. Серед них: автоматизована система сортування цілої риби; обробка осаду від очищення стічних вод в інкубаторах; збір і переробка обладнання аквакультури, що відслужило свій термін [2, с. 35].

Кластер «Арена – Океан Можливостей» діє в Південно-Західній Норвегії з 2011 року. Його найважливіша мета – подвоїти виробництво лосося в регіоні (нині там вирощують 50 тисяч тонн риби на рік).

Кластер NCE «Аквакультура» знаходиться в Північній Норвегії. У його складі 24 підприємства та організації. Кластер у 2017 році створив в регіоні 600 нових робочих місць. У рамках кластера здійснюються 17 інноваційних проектів, в тому числі 10 – у співпраці з науково-дослідними установами, 2 – з міжнародними партнерами. Діє також науково-консультаційна рада. Завдання ради: ініціювання науково-дослідних проектів, оцінка поточних результатів таких проектів, надання консультацій у справі використання результатів наукових досліджень [2, с. 35].

Ефективна кластерна політика сприяла тому, що Норвегія є світовим лідером у деяких галузях, у тому числі аквакультурі. Тому досвід застосування кластерів доцільно вивчати і застосовувати в Україні з урахуванням особливостей розвитку її економіки.

Список використаних джерел

1. North Atlantic Ocean Clusters. Increased opportunities through cooperation. URL: http://www.sjavarklasinn.is/wp-content/uploads/2018/08/North-Atlantic-Ocean-Clusters_report.pdf
2. Щербак А. Кластерна політика Норвегії. *Економіст*. 2019. №9. С.35–36

**Костенко Марина Ігорівна,
Наливайко Марія Андріївна,**
здобувачки, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ УКРАЇНИ З ВЕЛИКОЮ БРИТАНІЄЮ

На тлі зовнішніх викликів та необхідності України боротися за свою територіальну цілісність та європейський вектор розвитку питання аналізу економічних відносин між Україною та країнами Європи набуває неабияку актуальність. Від цього залежить майбутнє нашої країни та напрямок подальшого її розвитку. Стратегічне партнерство з Британією, як однією з ключових європейських країн, виявляється важливим компонентом нашого шляху до більш стійкого майбутнього. Україна відзначається великим потенціалом для розвитку різних економічних галузей, і співпраця з Британією може стати каталізатором цього процесу. Важливо дослідити можливості розширення торговельного обміну, створення сприятливого інвестиційного клімату та реалізації спільних економічних ініціатив.

Україна своїм стратегічним курсом проголосила інтеграцію до економічно найпотужнішого й найрозвинутішого регіонального об'єднання – Європейського Союзу. Хоча Велика Британія припинила членство в ЄС, почавши процес, відомий як Брекзїт [1], це тільки посилило двосторонню інвестиційну кооперацію, що, на думку фахівців, зумовлено прийняттям Закону «Про економічну присутність» на території Британських Віргінських островів [2]. Це спричинило більш відкритий й прозорий доступ до результатів економічних і фінансових операцій, та стимулювало збільшення інвестиційних потоків в економіку країни.

Ще одним важливим чинником розвитку економічного співробітництва між Великою Британією та Україною є Угода про політичне співробітництво, вільну торгівлю і стратегічне партнерство, яка ставить Велику Британію як 11-того за розміром європейського торгового партнера (3,5% від загального товарообігу з країнами Європи [3]), та затверджує спрощення взаємного доступу на ринок публічних закупівель.

Україна вже декілька років запроваджує все більше економічних реформ, що створюють привабливий інвестиційний клімат для британських компаній [4]. Ці наміри підкріплюються фактом, що Лондон виявляв значний інтерес до створення зони вільної торгівлі між Україною та Європейським Союзом. Навіть після завершення процесу Брекзїту, уряд Сполученого Королівства та британські інвестори проявляють зацікавленість у подальшому здійсненні капіталовкладень в економіку України. У контексті проведеного дослідження виділено галузь переробної промисловості як основну сферу британських капіталовкладень [5].

Британські інвестиції можуть сприяти передачі технологій та найкращих практик у сектори, які потребують модернізації. Це може включати впровадження інноваційних технологій, цифрові рішення та оптимізацію виробничих процесів. Також вони можуть сприяти розвитку ключових інфраструктурних проєктів в Україні, таких як транспортні комунікації, енергетика та технологічні платформи, що в свою чергу допоможе покращити ефективність та конкурентоспроможність економіки.

Дослідження, яке включає в себе аналіз експортно-імпортової та інвестиційної діяльності в рамках статистичного дослідження [5], дозволяє визначити основні напрями для покращення економічної співпраці між Україною та Великою Британією: по-перше, український експортний потенціал повинен ґрунтуватись на переорієнтації товарних груп, тобто торгівля повинна здійснюватись не сировиною, а готовою продукцією, що в короткостроковому періоді збільшить обсяги експортної діяльності України та зміцнить її позиції на британському та європейському ринках; по-друге, британська сторона виявляє зацікавленість у вдосконаленні співпраці в аграрному та торговельному секторах, обґрунтовуючи це тим, що Україна створює сприятливі умови для розвитку іноземного бізнесу та спільних підприємств на своїй території. Із цього можна зробити висновок, що в майбутньому покращення британсько-української інвестиційної співпраці визначатиметься обсягами іноземних капіталовкладень в найбільш перспективні галузі України, а саме агропромисловий комплекс та відновлювальні джерела енергії.

Таким чином, подальше розширення інвестиційного співробітництва зміцнить вітчизняну економіку та сприятиме високоефективній кооперації України і Сполученого Королівства. Також варто наголосити на важливості визначення шляхів удосконалення торговельно-економічної співпраці України з європейськими державами для формування пріоритетних стратегічних цілей та вчасного застосування потрібних важелів і механізмів для ефективного їх досягнення.

Список використаних джерел

1. Брекзит як загальноживаний термін. URL: <https://web.archive.org/web/20170407151509/http://ua.euronews.com/tag/brexit>
2. Закон про економічну присутність (The Economic Substance Act). URL: https://walton.biz/ua/jurisdict_19.htm
3. Угода про політичне співробітництво, вільну торгівлю і стратегічне партнерство між Україною та Сполученим Королівством Великої Британії і Північної Ірландії. URL: https://walton.biz/ua/jurisdict_19.htm
4. Статистичне дослідження про кількість CEO, які вважають вигідними інвестиції в Україну за 2022-2023 роки. URL: <https://eba.com.ua/kilkist-seo-yaki-vvazhayut-vygidnyu-investytsiyi-v-ukrayinu-zrosla-majzhe-vdvichi-z-2022-roku/>
5. Сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Кошій Володимир Романович,
магістрант, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

СУЧАСНІ ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В ЄВРОПІ

Розвиток інтеграційних процесів на сьогодні є основоположним для світової економіки. Взаємодія між об'єднаннями держав все більше стає типовою рисою глобалізації. Тож сьогодні ми маємо АСЕАН, ЕКОВАС, КОМЕСА, МЕРКОСУР, ЄС тощо.

Сам ЄС є найвідомішим інтеграційним авторитетом у нашому суспільстві. Успіхи в країнах-кандидатах на вступ до ЄС стали основою для прагнення реалізувати цей шлях для інших держав і народів. Проте до теми євроінтеграції також слід ставитися обережно, оскільки участь у Європейському Союзі, попри всі позитивні наслідки, має й негативну сторону.

ЄС є унікальною організацією, оскільки його країни-члени створили спільні інститути, яким вони делегують частину свого суверенітету, щоб рішення щодо конкретних питань, що становлять спільний інтерес, могли прийматися демократичним шляхом на європейському рівні. Таке об'єднання суверенітету ще називають «євроінтеграцією».

Однією з початкових цілей європейської інтеграції було запобігання повторенню жорстокостей Другої світової війни, і перша Конвенція ЄС 1957 року включала положення про права людини, такі як недискримінація, вільне пересування тощо.

Європейська інтеграція пройшла довгий шлях відтоді, як її вперше запропонував міністр закордонних справ Франції Робер Шуман 9 травня 1950 року. Спочатку ЄС складався лише з шести країн: Німеччини, Бельгії, Франції, Італії, Люксембургу та Нідерландів. Данія, Ірландія та Великобританія приєдналися у 1973 році, Греція у 1981 році, Іспанія та Португалія у 1986 році та Австрія, Фінляндія та Швеція у 1995 році. У травні 2004 року відбулося найбільше розширення в історії, коли до ЄС приєдналися 10 нових країн. Це розширення охопило вісім країн Центральної та Східної Європи (Чехію, Естонію, Угорщину, Латвію, Литву, Польщу, Словаччину та Словенію), а також Кіпр і Мальту. Ще одне розширення відбулося в січні 2007 року, коли Болгарія та Румунія стали державами-членами. Сьогодні ЄС складається з 27 країн із загальним населенням близько 500 мільйонів чоловік.

Ця тема є актуальною, оскільки питання вступу України до ЄС стоїть на порядку денному вже близько двадцяти років. Ідеалізація впливу участі в цьому

інтеграційному утворенні приховує від очей виснажливу й важку роботу, трансформацію, через яку мають пройти держави.

Ефективність діяльності Європейського Союзу, його економічна міць і репутація завжди були головними перевагами у виборі країн. Цінності, принципи та норми, на яких базується ЄС, мають догматичний державний устрій. Вимоги та передумови, які необхідно виконати перед вступом, дають цій асоціації значні переваги.

Тривалий і складний період змін, реформ і трансформацій призвів до повної інтеграції постсоціалістичних країн до Європейського Союзу, що потім мало значний вплив на розвиток країн-учасниць.

У цій роботі було розглянуто декілька таких станів. Одним із найкращих прикладів України була і є Польща, яка приєдналася до ЄС у 2004 році. За відносно короткий проміжок часу ця країна значно прискорила свій розвиток у різних сферах і досягла чудових результатів, що певним чином свідчить про позитивний вплив ЄС. Незважаючи на певні розбіжності та рішення щодо тієї чи іншої ситуації, серед населення Республіки Польща все ще домінують проєвропейські погляди, що свідчить про розуміння переваг членства в Європейському Союзі.

Іншим прикладом стала Греція, яка пережила серйозну економічну нестабільність на початку 2010-х років. У цій роботі проаналізовано основні причини цих криз і описано заходи, які Греція мала вжити під тиском ЄС. М'яка економічна політика грецького уряду та нерішучість вжити необхідних заходів ледь не призвели до катастрофи, яка могла мати негативні наслідки для всіх країн світу. Однак своєчасна допомога Євросоюзу запобігла найгіршим наслідкам, хоча Греції довелося заплатити за це велику ціну.

Це робить Європейський Союз наразі найуспішнішою інтеграційною структурою у світовій історії. Його відомі досягнення та досягнення широко відомі, але за ними йде наполеглива праця та самовідданість. Враховуючи цей взірцевий досвід, Україна та багато її громадян висловили бажання посісти одне з місць серед цих країн ЄС.

Список використаних джерел

1. Borchardt K. The ABC of Community Law [Електронний ресурс] / Klaus-Dieter Borchardt // Publications Office of the EU. – 2024. – Режим доступу до ресурсу: <https://eu.vlex.com/vid/fundamental-values-the-european-union-384292>.

2. Accession criteria [Електронний ресурс] // European Commission – Режим доступу до ресурсу: https://ec.europa.eu/neighbourhood-enlargement/enlargement-policy/glossary/accession-criteria_en.

Лашко Вікторія Леонідівна,
магістрантка, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

КРОС-КУЛЬТУРНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ЄВРОПЕЙСЬКИХ КОМПАНІЯХ

В теорії міжнародного менеджменту визначено, що національна культура є значимим фактором, що визначає специфіку організаційної поведінки і розвитку, роль менеджера в організації, характер комунікації зі співробітниками та стиль прийняття рішень у фірмі. Приналежність співробітника організації до певної культурної групи впливає на те, як він взаємодіє з іншими в умовах субординації, колегіальності та конфліктів. у всіх цих взаємовідносинах важливі три питання: 1. Коли фактори культурної приналежності мають вирішальне значення для вибору моделі поведінки? 2. Коли інші фактори мають більше значення? 3. Як можна визначити значимість цих факторів для конкретних ситуацій? Для того щоб відповісти на ці питання, необхідно провести аналіз феномену організаційної поведінки з точки зору культурного впливу. Розуміння культурної специфіки організаційної поведінки допомагає менеджеру зробити правильний вибір технологій управління персоналом в компанії.

Для об'єктивної оцінки культурного впливу на організаційну поведінку та управління персоналом необхідно розглянути результати досліджень, які проводяться у різних країнах протягом останніх десяти-п'ятнадцяти років. Для реалізації управлінських технологій сьогодні співробітник компанії повинен мати кроскультурні навички, тобто здатність у чужому та змішаному культурному середовищі демонструвати послідовну поведінку, яка призводить до досягнення поставлених цілей. До крос-культурних навичок належать: розуміння природи культури та того, що культура впливає на поведінку людини на його робочому місці; розуміння відмінностей між культурами; розуміння того, як культурні фактори впливають на організацію структур, систем та пріоритетів; уміння запроваджувати елементи однієї культури в іншу; розуміння того, як глибоко елементи однієї культури можуть бути запроваджені в іншу, та навпаки.

Протипоказанням в роботі інтернаціонального менеджера є етноцентризм, тобто бажання «вписати» представників однієї культури в рамки своєї та очікувати від них відповідної цим нормам поведінки. Управління персоналом організації, яка працює в декількох країнах, у змішаному чи різноманітному культурному середовищі має на меті аналіз культурного впливу на основні галузі організаційної поведінки та функції управління персоналом:

організаційну культуру та структуру; організаційні комунікації; конфлікти в організації; мотивацію персоналу; відбір та адаптацію, навчання персоналу. Менеджер, який працює у мультикультурному середовищі повинен бути готовий до фіксації неконгруентних для нього зразків поведінки при вітанні, взаємодії з підлеглими та керівництвом, вирішенні конфліктів, мотивації. Проблеми, які виникають у міжкультурній комунікації, пов'язані у першу чергу з тим, що відправник та отримувач інформації, інтерпретує один і той же текст по різному, в рамках різного контексту. В кожній культурі є своя модель ідеальної комунікації, так для американського стиля характерна «прямолінійність», яка не є ефективною для всіх культурних контекстів.

Крос-культурні аспекти залучення, відбору та адаптації персоналу виокремлюють наступні різновиди інтернаціональної політики у мультинаціональних компаніях: етноцентрична політика: заповнення ключових позицій у своїх представництвах світу тільки персоналом із країни материнської компанії; поліцентрична політика: використання місцевих жителів для управління іноземними представництвами та менеджерів із країн материнської компанії у якості топ-менеджерів штаб-квартири компанії; геоцентрична політика: здійснювати набір найкращих та розвивати персонал, в незалежності від національності, на ключові позиції в будь якій мультинаціональній системі. У різних країнах підходи щодо набору персоналу варіюється. Європейські мультинаціональні компанії зазвичай використовують місцевих менеджерів та менше експатріантів у своїх іноземних філіях, ніж японські. Питання вибору місцевого менеджера чи експатріанта для керівництва філіалом повинен вирішуватися в залежності від цілого ряду факторів – вимог до єдиної стандартизації продукції, знання місцевих ринків тощо. Активна форма навчання та змішаний склад учасників створюють унікальне середовище кроскультурного навчання. Українські школи бізнесу поступово включають у професійну підготовку та перепідготовку менеджерів теоретичні курси з крос-культурного менеджменту. Логічним продовженням розвитку програм бізнес-освіти є розробка практичних короткострокових програм крос-культурного тренінгу та учбових посібій з формування крос-культурних навиків менеджера.

Список використаних джерел

1. Black J., Mendenhall M. Cross-culture training effectiveness: a revive and theoretical framework for future research. *Academy of Management Review*. 2015. №15. pp.1131-1136.
2. Evans S. Conflict can be positive. *HR Magazine*. 2014. № 37 (5). pp. 49-51
3. Laurent A. The Cross-cultural Puzzle of International Human Resources Management. *Human Resources Management*. 2016. № 25 (1). pp.91-102.

Левченко Ірина Василівна,
докторка філософії, доцентка кафедри
Сокол Марія Володимирівна,
здобувачка, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

ДОСВІД ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ ЗАХОДІВ В ЕКОЛОГІЧНІЙ СФЕРІ У КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Європейський Союз встановлює високі стандарти щодо екологічного управління, враховуючи важливість збереження природи та забезпечення сталого розвитку. Вимоги ЄС стосуються різних аспектів, охоплюючи природоохоронні заходи, зменшення викидів, управління відходами та екологічну стійкість [1].

Наприклад, Німеччина є одним зі світових лідерів у боротьбі за клімат. У минулому році рівень викидів парникових газів у країні був на 42,3% нижче рівня 1990 року. Це досягнуто завдяки ряду заходів, зокрема:

- переходу на відновлювані джерела енергії. В 2022 році частка відновлюваних джерел енергії в Німеччині становила 40%
- зменшення споживання енергії. У Німеччині впроваджено низку заходів для підвищення енергоефективності, таких як утеплення будинків та підприємств.
- зменшення викидів від транспорту. У країні впроваджено стимули для переходу на електромобілі та громадський транспорт.

Австрія є однією з країн світу, яка найбільше покладається на відновлювані джерела енергії. З 2017 року країна виробляє понад 70% електроенергії із «чистих» джерел, таких як гідроенергетика, вітрова та сонячна енергія. У 2030 році Австрія планує виробляти 100% електроенергії з відновлюваних джерел.

Данія ж є світовим лідером у вітроенергетиці. У країні зареєстровано понад 5000 вітроелектростанцій, які виробляють близько 42% усієї електроенергії, споживаної в Данії. У планах країни до 2028 року виробляти 100% електроенергії з відновлюваних джерел, з яких 80% буде припадати на вітроенергетику.

Швеція є країною з найнижчим у світі обсягом сміття на звалищах. Лише 0,7% побутових відходів у Швеції потрапляють на звалища. Решта 99% відсортовуються та переробляються. 50% сміття спалюється для виробництва енергії, 35% переробляється, а 15% використовується для виробництва біопалива та добрив.

Естонія є однією з найчистіших країн Європи. Це досягнуто завдяки ефективній системі збору та переробки сміття. У країні працює 5 великих сміттєвих полігонів і кілька сміттєпереробних заводів, один з яких може спалювати до 200 тис. тонн сміття на рік. Ці країни є прикладом того, як можна досягти значних успіхів у боротьбі за клімат та захист навколишнього

середовища. Завдяки впровадженню ефективних заходів вони змогли зменшити викиди парникових газів, перейти на відновлювані джерела енергії та зменшити кількість сміття на звалищах [2].

ЄС встановлює жорсткі стандарти якості повітря, води та ґрунту для забезпечення охорони довкілля та здоров'я громадян. Контроль та моніторинг різних параметрів виробництва дозволяють забезпечити дотримання цих стандартів. Крім того, ЄС встановлює строгі норми та правила управління відходами, спрямовані на зменшення генерації відходів, підтримку переробки та відновлення ресурсів. Принцип "кола вторинного використання" активно заохочується. ЄС регулює використання хімічних речовин шляхом системи реєстрації, оцінки та авторизації. Стандарти безпеки і оцінка ризиків є ключовими елементами для забезпечення безпеки як для споживачів, так і для довкілля.

Окрім цього, Європейський Союз визначає програми та ініціативи для збереження біорізноманіття та охорони природних місць. Це включає створення заповідників, забезпечення сталого лісового господарства та заходи для відновлення природних екосистем. Організація акцентує на важливості екологічної етики та впровадженні принципів корпоративної відповідальності. Компанії зобов'язані враховувати екологічні аспекти у своїй діяльності та сприяти сталому розвитку [3].

Представлений аналіз відображає той факт, що ЄС визнає необхідність більш активного та відповідального екологічного управління для досягнення сталого розвитку та забезпечення екологічної стійкості. Стратегії та вимоги, встановлені Європейським Союзом, спрямовані на досягнення цих цілей у всіх сферах господарювання та громадянського суспільства.

Список використаних джерел

1. Buriak A., Levchenko I., Herashchenko V., Shevchenko O. Impact of full-scale war on changes in the format of Ukraine's cooperation with the European Union. The EU Cohesion policy and healthy national development: Management and promotion in Ukraine: monograph. In: Letunovska N., Saher L. & Rosokhata A. Szczecin: Centre of Sociological Research, 2023. P. 369–378 (645 p.). DOI: <https://doi.org/10.14254/978-83-968258-5-8/2023> (ЄС).
2. Enviroment. URL: <https://european-union.europa.eu> .
3. Ecological restoration. URL: <https://www.nzpcn.org.nz/conservation/restoration> .

**Одинець Єва Вадимівна,
Ширяєва Анастасія Олександрівна,
Лісунов Ілля Ігорович**
здобувачі, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ УКРАЇНСЬКОЇ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

На сьогоднішній день стан української євроінтеграції можна оцінити як динамічний та змістовний, хоча є певні виклики та перешкоди. Нами виділено деякі аспекти сучасного стану та перспектив української євроінтеграції [1]:

Асоціація з Європейським Союзом. Підписання та ратифікація Угоди про асоціацію з ЄС у 2014 р. відкрили нові можливості для України. Угода сприяє глибокій інтеграції України з ЄС, зокрема в галузі політики, економіки, прав людини та безпеки.

Реформи. Україна активно проводить широкомасштабні реформи у відповідності з європейськими стандартами та нормами. Реформи охоплюють такі сфери, як правосуддя, боротьба з корупцією, державне управління, економіка та інші.

Торгівля та економічне співробітництво. Україна зазнала значних успіхів у збільшенні обсягів торгівлі з ЄС та залученні іноземних інвестицій. Важливими кроками у цьому напрямку були підписання та ратифікація Угоди про вільну торгівлю з ЄС, а також запровадження реформ, спрямованих на покращення інвестиційного клімату.

Зовнішньополітична орієнтація. Україна продовжує висловлювати свою готовність до євроатлантичної інтеграції та зміцнює свої відносини з країнами-членами НАТО та Європейським Союзом.

Внутрішні виклики. Незважаючи на досягнуті успіхи, Україна стикається з рядом внутрішніх викликів, таких як бюрократія, корупція, економічні проблеми та нестабільність на сході країни через військовий конфлікт.

Щодо перспектив, важливо продовжувати реформи та зміцнювати інституції, щоб забезпечити стабільність та розвиток країни. Також важливо активно використовувати всі можливості, які відкриваються в результаті євроінтеграції, для поліпшення життя громадян та забезпечення довгострокового економічного зростання.

Перспективи української євроінтеграції можна оцінити як обнадійливі та перспективні, оскільки Україна продовжує віддавати перевагу курсу на зближення з Європейським Союзом і на євроатлантичну інтеграцію в цілому.

Ключові перспективи української євроінтеграції [2]:

Інтеграція в європейські структури. Перед Україною відкриваються нові можливості для поглиблення співпраці з ЄС у різних сферах, включаючи

політику, економіку, безпеку та гуманітарну сферу. Україна може отримати більший доступ до європейських ринків, інвестицій та технологій.

Стратегічне партнерство з ЄС. Україна може поглибити свої відносини з ЄС та зміцнити стратегічне партнерство, що сприятиме стабільності, розвитку та процвітанню країни, що може сприяти зміцненню демократії, прав людини та правової держави в Україні.

Залучення інвестицій та розвиток економіки. Європейська інтеграція допомагає Україні залучити інвестиції та забезпечити сталий економічний розвиток, що може стати ключовим фактором у зміцненні економіки, зростанні ВВП та підвищенні рівня життя громадян [3].

Спільна боротьба з викликами та загрозами. Україна може спільно з ЄС працювати над рішенням спільних викликів та загроз, таких як корупція, кризи безпеки, кліматичні зміни, міграція та інші. Культурний обмін та міжнародний престиж. Україна може збагатитися культурним обміном з країнами ЄС, що сприятиме взаємному розумінню та розвитку суспільства. Крім того, євроінтеграція підвищує міжнародний престиж України та зміцнює її позиції на світовій арені. Загалом, українська євроінтеграція відкриває широкі перспективи для розвитку країни та її інтеграції в європейський простір. Важливо продовжувати впровадження реформ, підтримувати демократичні цінності та зміцнювати відносини з ЄС для досягнення спільних цілей та забезпечення майбутнього успіху країни.

Список використаних джерел

1. Chychkalo-Kondratska I.B., Buriak A.A., Levchenko I.V., Shyriaieva A.O. International marketing in the educational process: the experience of higher education institutions in Germany. *Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту*. № 1 (29). 2023. С. 42 – 51.

2. Левченко І.В., Буряк А.А. Державна підтримка розвитку АПК для забезпечення екологічної безпеки й подолання екозагроз: світовий досвід та реалії України. *Агросвіт*. 2023. № 18. С. 96 – 105. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2023.18.96>

3. Буряк А.А., Кудряшова Д.О., Сторожук Л.М. Стратегія розвитку digital-економіки в Україні: національна візія та виклики глобалізації. *Система управління відходами в циркулярній економіці: фінансові, соціальні, екологічні та енергетичні детермінанти*: монографія. Суми: Сумський державний університет. 2023. С. 239 – 248.

Пальчик Тетяна Анатоліївна,
магістрантка, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

ЄВРОПЕЙСЬКІ ТРЕНДИ У СФЕРІ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

З погляду прискорення динамічних змін при провадженні організаційно-економічних процесів і зростанні значимості фактору часу, на сучасному етапі розвитку репутаційної економіки, великого значення набувають питання вивчення світового досвіду реалізації стратегій деяких провідних компаній у сфері корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу вже стала невід'ємною частиною ділової репутації українських і міжнародних компаній. Епоха репутаційної економіки диктує свої правила і визначає нові пріоритети. Для багатьох стейкхолдерів зараз важливіше те, що являє собою компанія, ніж те, яку продукцію вона виробляє. Згідно з дослідженням 2018 року Global RepTrak 100, ключовими чинниками, що мають максимальний вплив на корпоративну репутацію, стали якість продуктів і послуг (20,5%), управління (15,0%), корпоративна культура (14,4%) [2]. Європейськими лідерами в області КСВ є BMW Group, LEGO Group, Daimler, Apple, Rolls-Royce, Rolex і Intel (Global CSR RepTrak). Вісім з них потрапили і в Топ-10 компаній з найвищою репутацією. Сім визнавалися лідерами в сфері КСВ протягом трьох років поспіль.

Світові тренди вказують на прямий зв'язок соціальної відповідальності та репутації компаній. Як засвідчили результати дослідження 2021 Global RepTrak [2], провідна роль факторів управління та корпоративної культури і громадянського суспільства складають 15,1% і 14,2% у діловій репутації відповідно. Поряд із цим, вплив фактору умов праці за рік підвищилась на 0,4% та зараз складає 11,2% корпоративної репутації.

LEGO Group – приклад компанії, що успішно реалізовує корпоративну відповідальність та має чудові результати в бізнесі. Основною перевагою лідерства у КСВ є підтримка споживачів (57% респондентів заявили, що обов'язково будуть купувати продукцію LEGO, що на 13,7 п.п. вище середнього показника CR RepTrak 100) [2]. Поряд із The LEGO Group, високі оцінки у сфері КСВ отримали Natura, Microsoft, Google и The Walt Disney Company. Uber значно покращив показники етичної поведінки та відкритості. Завершує рейтинг 2019 Global CR RepTrak 100 знаменита мережа кав'ярень Starbucks, яка змогла значно покращити основні фактори КСВ – корпоративну культуру та громадянську позицію, управління та умови праці [2]. Ураховуючи

майже завжди не високі оцінки енергетичних компаній у сфері КСВ, значний прогрес соціальної активності відмічено у ELF, AGIP і Shell. Хоча Shell ще треба отримати місце у топ100 найбільш соціально відповідальних компаній, американському гіганту вдалося досягнути значних успіхів у цьому напрямі. Компанія інвестувала \$100 млн у розроблення нових методів зниження емісії парникових газів.

Зазначимо, що участь в соціальних ініціативах має різне значення для різних галузей. Підтримка проектів в сфері КСВ найбільш важлива для представників енергетичного сектора, охорони здоров'я і масмедіа. Менший вплив надає подібна активність на бізнес ритейлерів і виробників товарів широкого вжитку.

Дані Глобального звіту про корпоративну соціальну відповідальність і ритейл-аудиту свідчать, що реалізація продукції компаній, які популяризують свої програми сталого розвитку, в світі зростає в середньому на 4% на рік, тоді як у виробників, які не мають подібних програм, - менш ніж на 1% [1]. Добровільно беручи на себе підвищені зобов'язання, бізнес розділяє зі споживачами турботу про їхнє майбутнє, показуючи своє «людське» обличчя, що для багатьох стає вирішальним аргументом на користь покупки. Багато в чому своїми нинішніми успіхами відомий автовиробник «BMW Group» завдячує саме активній участі в соціальних проектах. Стратегічне значення має саме екологічна ефективність. Ще в 1973 р. автовиробник «BMW Group» стала першим автовиробником, який ввів посаду Environmental Officer - співробітника, відповідального за дотримання екологічних норм виробництва. За останні десять років автовиробнику «BMW Group» вдалося скоротити викиди своїх нових авто, що продаються в Європі, на 40%. Впровадження прогресивних технологій дозволяє значно скоротити споживання палива і емісію газів. Компанія «BMW Group» підтримує також масштабні освітні програми, займається проблемами дорожньої безпеки, бере участь в лікуванні пацієнтів з ВІЛ/СНІД. Автовиробник «BMW Group» Foundation Herbert Quandt і The Eberhard von Kuenheim Foundation вносять свій внесок у розвиток сучасного мистецтва, джазу, класичної музики, дизайну та архітектури.

Список використаних джерел

1. Котлер Ф., Лі Н., Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства Пер. з англ. С. Яринич. К.: Стандарт, 2005. 302 с.

2. Global RepTrak 100 (Reputation Institut): URL: <https://www.reputationinstitute.com/about-ri/pressrelease/reputation-institute-says-its-reputation-judgement-day-2021-global-reptrak>

3. The Top Ten Trends in CSR Reporting in 2021: URL: <https://www.conecomm.com/insightsblog/2021/10/10/the-top-ten-trends-in-csr-reporting-in-2019>

**Петрова Діана Володимирівна,
Хохлов Родіон Едуардович,
Титенко Анастасія Сергіївна,**
здобувачі, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

УКРАЇНА – ЄС: ВІД ПАРТНЕРСТВА ДО АСОЦІАЦІЇ

Шлях України до асоціації з Європейським Союзом був складним та довгим, але водночас це був історичний етап для країни, який відкрив нові можливості та перспективи. Ключові моменти та відмінності від партнерства до асоціації між Україною та ЄС [1]:

Партнерство з ЄС. Початок співпраці між Україною та ЄС можна відстежити ще з 1990-х років, коли було укладено Партнерську угоду. Цей документ передбачав спільні цілі у сферах політики, економіки та безпеки.

Верховенство Європейського Союзу. Згодом було підписано Угоду про партнерство та співробітництво, яка стала основою для подальшого розвитку відносин між Україною та ЄС. Проте, перехід до асоціації вимагав зробити значні кроки у виконанні європейських стандартів та реформ.

Шлях до асоціації. Україна здійснила ряд реформ, зокрема у сфері правосуддя, боротьби з корупцією та інших сферах, щоб відповідати критеріям, встановленим ЄС, що сприяло руху країни до укладення Угоди про асоціацію.

Укладення Угоди про асоціацію. У 2014 р. Україна остаточно уклала Угоду про асоціацію з ЄС, що включала глибоке та всеосяжне партнерство між сторонами, а також поглиблення економічних, політичних та культурних зв'язків [2].

Реалізація Угоди. Після укладення Угоди про асоціацію Україна зосереджується на реалізації її положень та виконанні зобов'язань перед ЄС, зокрема у впровадженні реформ, стандартів та норм, визначених угодою.

В цілому, перехід від партнерства до асоціації між Україною та Європейським Союзом відображає поступовий та систематичний процес зближення України з ЄС та встановлення стратегічного партнерства на основі спільних цілей, цінностей та інтересів.

Укладення Угоди про асоціацію відображає політичну волю обох сторін з поглиблення співпраці та зближення України з ЄС. Це передбачає зобов'язання здійснювати необхідні реформи та впроваджувати стандарти та норми ЄС.

Україна має виконувати ряд реформ у таких сферах, як правосуддя, боротьба з корупцією, економічний розвиток, стандартизація, технічні норми та інші, щоб відповідати критеріям асоціації з ЄС.

Європейський Союз надає Україні фінансову та технічну підтримку у впровадженні реформ та виконанні зобов'язань, встановлених у рамках асоціації.

У рамках асоціації здійснюється постійний моніторинг та оцінка прогресу України у виконанні зобов'язань та впровадженні реформ. Це дозволяє вчасно

виявляти проблеми та забезпечувати необхідну підтримку для їх вирішення. Україна поступово зближується з ЄС як політично, економічно, так і правово. Цей процес відображається в розвитку взаємовигідних відносин та зростанні взаємодії між сторонами. У цілому, перехід від партнерства до асоціації між Україною та ЄС є складним та важливим етапом у розвитку відносин між сторонами.

Укладення Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом відображає політичну волю обох сторін з поглиблення співпраці та зближення України з ЄС. Ця угода є стратегічним документом, який встановлює механізми для зміцнення відносин між Україною та ЄС у різних сферах, таких як політика, економіка, права людини, правова держава та безпека [3].

Зобов'язання, які передбачені в Угоді про асоціацію, включають не лише політичні та економічні аспекти, але й проведення реформ для відповідності стандартам та нормам ЄС. Ці реформи охоплюють такі сфери, як правосуддя, боротьба з корупцією, державне управління, торгівля та інші.

Виконання зобов'язань, передбачених Угодою про асоціацію, вимагає від України проведення серйозних реформ та впровадження стандартів та норм ЄС. Цей процес є важливим для забезпечення зближення України з ЄС та підтримання його на шляху до європейської інтеграції.

Отже, Угода про асоціацію є важливим кроком для України на шляху до зближення з Європейським Союзом та встановлення стратегічного партнерства, що ґрунтується на взаємних цінностях, інтересах та зобов'язаннях.

Список використаних джерел

1. Kravets I., Mykhalchenko H., Buriak A., Davidiyuk L., Dubych C. Long-term consequences of capital outflows for transition countries. *International Journal of Management*. vol. 11. Issue 5. Pp. 1017–1026. URL: http://iaeme.com/MasterAdmin/Journal_uploads/IJM/VOLUME_11_ISSUE_5/IJM_11_05_093.pdf DOI: <https://doi.org/10.34218/IJM.11.5.2020.093>.
2. Buriak A., Obolenskyi O., Novytska I., Andriyash A., Kolomiets K. An influence of foreign investments on the development of organic production in Ukraine. *Економіка і регіон*. 2021. №4(83). С. 6–12. URL: <http://journals.nupp.edu.ua/eir/article/view/2472/1940>.
3. Buriak A., Radchenko L., Novytska I., Ovcharenko D. Foreign direct investment transformation during the pandemic period. *Економіка і регіон*. 2021. № 3(82). С. 124–132. DOI: [https://doi.org/10.26906/EiR.2021.3\(82\)](https://doi.org/10.26906/EiR.2021.3(82)).

Свічкарь Віталій Анатолійович,
кандидат економічних наук, доцент,
Шостак Руслан Олександрович,
магістрант, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

ЕКОНОМІЧНА ПІДТРИМКА УКРАЇНИ ЄВРОСОЮЗОМ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

На думку фахівців, Євросоюз вже зараз в умовах воєнного стану може суттєво допомогти українському бізнесу – без залучення великих фінансових ресурсів і навіть з вигодою для європейських підприємців. Розглянемо, як саме ЄС може допомогти українському бізнесу, які саме інструменти підтримки застосувати та як вони працюють.

Для цього слід зробити дві речі [1]. Перша – поширити на Україну інструмент підтримки зайнятості, друга – профінансувати систему ваучерів. Це підвищить попит на продукцію українських компаній і дозволить їм вийти на ринок ЄС.

Як працюють ці механізми економічної підтримки Євросоюзу та як їх можна використати, щоб допомогти українському бізнес-сектору під час війни та після перемоги?

Ваучерні схеми. У ЄС є багато ваучерних схем на національному та місцевому рівнях, а також на рівні транскордонного співробітництва. Як показують опитування, у половині випадків вартість ваучерів не перевищує 10 тис євро і лише в 13% вона більша за 20 тис євро [1]. Як цей інструмент може допомогти українському малому і середньому бізнесу? Ваучерні схеми Євросоюзу можна використати для підтримки співпраці між українським бізнесом та бізнесом з ЄС. Деякі з них слід адаптувати та доповнити У-ваучерами для підтримки співпраці між малими та середніми підприємствами (МСП), які функціонують у ЄС, і наявними або новими партнерами в Україні.

Виділяють три цілі такої підтримки:

1. Короткострокова співпраця, наприклад, у вигляді придбання товарів і послуг.

2. Довгострокова співпраця, наприклад, через входження українського бізнесу в мережі міжнародного співробітництва та ланцюги створення вартості.

3. Спільні проекти у сферах дослідження, розробок, інновацій та цифровізації. Технічно У-ваучери отримуватимуть українські фізичні особи-підприємці та самозайняті особи, а кошти за їх використання виплачуватимуться підприємцям з ЄС. Умовою їх виплати останнім повинна стати співпраця з українськими бізнес-партнерами.

Також серед пріоритетних напрямів підтримки Європейського Союзу можна виділити такі [2]:

1. Експорт. Станом на зараз необхідно максимально відновити об'єми експорту основних товарів на тлі високих світових цін – зерна (у сховищах

залишається близько 25 млн тонн пшениці та кукурудзи, що перебиває внутрішні потреби у кілька разів), руди та металу. Потрібно максимально розширювати можливості для експорту залізницею в напрямку найближчих портів Польщі та Румунії, створювати так звані сухі порти, а також перевалку у неглибоководних українських портах на Дунаї.

2. Виробництво продуктів харчування. Крім закупівлі продуктових наборів за кошти Держбюджету (її необхідно продовжити для формування запасів продовольства на випадок активізації бойових дій та підтримки населення найбільш постраждалих регіонів), варто розглянути підтримання споживчого попиту шляхом запровадження регулярних виплат для громадян, що залишилися в Україні і не мають роботи (можливо, поширивши започатковану програму щомісячних виплат по 2-3 тис. грн для переселенців у західних областях на всю Україну, де це можливо).

3. Захист внутрішнього виробника і протидія імпорту. Одна з важливих причин зростання імпорту під час війни – валютний курс. Нацбанк фактично «заморозив» курс гривні станом на початок повномасштабної війни і покриває платіжний дисбаланс за рахунок резервів і зовнішніх надходжень. Наразі це рішення допомогло запобігти паніці і зберегти банківську систему, не допустити гіперінфляції.

4. Держзамовлення як необхідний чинник збереження стратегічних галузей. Головним інвестором найближчим часом буде держава, тому потрібно терміново переглянути саме принципи державного замовлення і спрямовувати їх у відповідні галузі. У сфері машинобудування та легкої промисловості (де внутрішній попит зараз практично відсутній, а експорт – надзвичайно ускладнений).

Таким чином, запорукою швидкого відновлення України є подальше проведення структурних реформ, залучення масштабної міжнародної підтримки та інтеграція в Європейський союз. Виходячи з цього, ми маємо розуміти, що в найближчі роки ми будемо дотаційною державою, де певний період часу, головним інвестором буде саме держава. І від того, які пріоритети поставить держава, залежатиме, як довго ми будемо виходити з кризи.

Список використаних джерел

1. Як ЄС уже зараз може допомогти українському бізнесу. Інструменти підтримки (Електронний ресурс). – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/publications/2023/05/17/687133/>

2. Україна 2023. Як не втратити свій шанс стати сильною державою (Електронний ресурс). – Режим доступу : <https://uifuture.org/publications/ukrayina-2023-yak-ne-vtratyty-svij-shans-staty-sylnoyu-derzhavoyu/>

3. 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-standa-perspektivi-ekonomiki-ukrayini>.

Семух Даниїл Романович,
здобувач, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ОРГАНІЗАЦІЇ ФРАНЧАЙЗИНГУ

На сучасному етапі розвитку світової економіки набула поширення така форма організації і розширення бізнесу та виходу на нові зарубіжні ринки, як франчайзинг. Доцільно проаналізувати досвід Європейського Союзу щодо організації франчайзингу, який може бути корисним для українських підприємців.

Європейська Федерація Франчайзингу (European Franchise Federation) розпочала свою діяльність у 1972 році. Членство в організації мають франчайзингові спілки європейських країн, а також інші особи, що мають відношення до франчайзингу. Члени цієї організації – франчайзингові об'єднання з Австрії, Бельгії, Данії, Німеччини, Франції, Італії, Нідерландів, Португалії та Великої Британії, у співпраці з Комісією Європейської Спільноти розробили Кодекс етики франчайзингу, який є своєрідною "Конституцією" франчайзингу, на основі якої будується все інше регулювання франчайзингових відносин у кожній окремій європейській країні [1].

Франчайзинг – це система продажу товарів, послуг або технологій, основою якого є безперервна співпраця між юридично і фінансово окремими і незалежними підприємствами – франчайзером і франчайзі. Суть цієї системи полягає в тому, що франчайзер надає франчайзі право, а також накладає на нього обов'язок ведення діяльності згідно його концепції. Це відбувається у рамках і у період дії франчайзингового договору, а також в обмін на певну фінансову оплату за надану можливість використовувати торговельну марку франчайзера, ноу-хау, методи ведення господарської діяльності, технічні знання та інші права інтелектуальної власності та отримувати постійну підтримку і допомогу франчайзера.

"Ноу-хау" означає пакет незапатентованої, практичної інформації, що була отримана з досвіду під час власної діяльності франчайзера. Ця інформація є невідомою загалу, важливою та ідентифікованою:

➤ "невідоме" означає, що ноу-хау, як цілісність, набір пов'язаних між собою елементів не є загальновідомим або легко доступним; однак не варто однозначно і вузько сприймати це визначення. Мається на увазі, що кожен складовий елемент може бути відомий громадськості, але як цілісність пов'язаних між собою складових використовується лише в господарській діяльності франчайзера і ніде більше;

➤ "важливе" означає, що ноу-хау містить інформацію, яка необхідна для продажу товарів або надання послуг кінцевим споживачам, а особливо для презентації товарів, для обслуговування клієнтів, для управління фінансами. Ноу-хау полегшує франчайзі вихід на ринок, робить його діяльність ефективною та конкурентоспроможною;

➤ "ідентифіковане" означає, що ноу-хау має бути досить детально описаним.

Франчайзер є творцем франчайзингової мережі, яка складається з нього самого, а також його франчайзі, для яких він стає "опікуном" на певний термін і гарантом функціонування мережі. Франчайзер повинен:

- перед початком створення франчайзингової мережі, випробувати концепцію у власному пункті протягом досить тривалого терміну;
- бути власником або мати юридичні права користування торговельною маркою або іншими ознаками, що виокремлюють мережу з-поміж інших;
- надати франчайзі вступну підготовку та надалі підтримувати його комерційно і технічно протягом тривання дії договору.

Для досягнення успіху у бізнесі франчайзі повинен:

- докладати зусиль у веденні власної діяльності та підтримувати імідж, ідентичність і репутацію всієї франчайзингової мережі;
- надавати франчайзеру всю операційну інформацію для перевірки рівня й якості ведення бізнесу, необхідні фінансові звіти для ефективного управління франчайзинговою мережею, можливість доступу до свого підприємства для перевірки необхідної документації франчайзеру та його представникам;
- протягом тривання договору та після його розірвання не розголошувати ноу-хау франчайзера.

Франчайзер повинен відбирати і приймати в систему нових франчайзі тільки після розумної перевірки кандидатів та за наявності у них основних навичок, освіти, особистих якостей і фінансових ресурсів, достатніх для ведення франчайзингового бізнесу.

У взаємовідносинах сторони повинні поводитися чесно. Якщо франчайзі порушив певний пункт договору, франчайзер письмово йому про це повідомляє та повинен визначити строк, в який це порушення має бути виправлене. Сторони повинні мирно розв'язувати суперечки шляхом розмов та переговорів.

Таким чином, як показує європейський досвід, франчайзинг – це досить ефективний спосіб розпочати власний бізнес, зокрема під розкритим брендом з відпрацьованою концепцією бізнесу з мінімальним бізнес-ризиком.

Список використаних джерел

1. Європейський Кодекс етики франчайзингу. URL: <https://franchising.ua/franchayzing/94/evropeyskiy-kodeks-etiki-franchayzingu/>

**Сергієнко Тамара Анатоліївна,
Педан Михайло Олександрович,
Туренко Вікторія Юріївна**

здобувачі, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ СПІВПРАЦІ УКРАЇНИ З КРАЇНАМИ ЄС

Стратегічна співпраця України з країнами Європейського Союзу базується на кількох основних напрямках [1]:

1. Асоціація та Договір про асоціацію з ЄС. Україна підписала Договір про асоціацію з ЄС у 2014 році. Цей документ встановлює стратегічне партнерство між Україною та ЄС, сприяє глибокій інтеграції України в європейські структури та передбачає спільні цілі в різних сферах, включаючи політику, економіку, торгівлю, технічну співпрацю тощо.

2. Запровадження європейських стандартів та норм. У рамках асоціації з ЄС, Україна зобов'язалася приймати та впроваджувати європейські стандарти, правила та норми у різних сферах, таких як правова система, галузеві регулятори, стандарти товарів та послуг, безпека харчових продуктів тощо.

3. Економічне співробітництво та торгівля. Одним із ключових аспектів співпраці є розвиток торгівлі та економічних зв'язків між Україною та країнами ЄС, що включає підтримку експорту та імпорту товарів, інвестиційну співпрацю, сприяння розвитку підприємництва та підтримку малих та середніх підприємств.

4. Політичний діалог і безпека. Україна та ЄС співпрацюють у сферах політичного діалогу, демократії, прав людини та безпеки, що включає спільні зусилля для зміцнення демократичних інститутів, підтримки прав людини та правової держави, а також спільну боротьбу із загрозами безпеки, такими як тероризм, організована злочинність та інші форми небезпеки.

5. Сприяння міжлюдським контактам, освітній та культурній співпраці є важливою складовою стратегічного партнерства між Україною та ЄС, що включає обмін студентами, викладачами, молодіжні програми, культурні заходи, фестивалі та інші ініціативи, спрямовані на зближення між народами та підтримку культурного розвитку.

Вищенаведені напрями співпраці сприяють розвитку України, зміцненню її демократії, економіки та безпеки, а також сприяють інтегруванню із європейськими структурами.

Розвиток торгівлі та економічних зв'язків між Україною та країнами ЄС є одним із ключових аспектів стратегічної співпраці. Україна отримала безмитний доступ до ринку ЄС для багатьох своїх товарів, що створює сприятливі умови для збільшення експорту до країн ЄС. Крім того, українські підприємства мають можливість імпортувати товари з ЄС зі зниженими митами

або під нульовими митами за умови відповідності європейським стандартам та вимогам [2].

Європейські країни є одними з найбільших інвесторів в Україну. Співпраця в сфері інвестицій полягає в привабленні інвестицій з ЄС до різних галузей української економіки, включаючи сільське господарство, інфраструктуру, інновації та інші сектори. ЄС надає підтримку для розвитку підприємництва в Україні через різні програми, гранти, консультації та інші ініціативи. Заходи спрямовані на стимулювання підприємницької активності, створення робочих місць та підтримку інноваційних проектів.

Україна здійснює реформи для зміцнення демократичних інститутів, зокрема системи правосуддя та боротьби з корупцією. ЄС надає підтримку у впровадженні цих реформ та сприяє виконанню стандартів щодо прав людини та громадянських свобод. ЄС активно підтримує Україну у зміцненні правової держави та розвитку правової системи, що включає надання фінансової підтримки, консультацій та навчання для українських правоохоронних органів та судових установ [3].

ЄС активно підтримує розвиток малих та середніх підприємств в Україні через надання фінансової підтримки, консультаційну допомогу, навчальні програми та інші ініціативи, що сприяє зростанню конкурентоспроможності та інноваційного потенціалу малих та середніх підприємств.

В цілому, розвиток торгівлі та економічних зв'язків між Україною та країнами ЄС сприяє зміцненню економіки, стимулює інвестиції та підтримує розвиток підприємництва, що сприяє загальному економічному зростанню та підвищенню рівня життя населення.

Список використаних джерел

1. Buriak A., Vachykal K. The role of chambers of commerce and industry in ensuring the external economic security of the state. *Економіка і регіон*. 2023. №4 (91). С. 249–254. DOI: [https://doi.org/10.26906/EiR.2023.4\(91\).3220](https://doi.org/10.26906/EiR.2023.4(91).3220)

2. Buriak A., Levchenko I., Herashchenko V., Shevchenko O. Impact of full-scale war on changes in the format of Ukraine's cooperation with the European Union. *The EU Cohesion policy and healthy national development: Management and promotion in Ukraine*: monograph. In: Letunovska N., Saher L. & Rosokhata A. Szczecin: Centre of Sociological Research, 2023. P. 369–378. DOI: <https://doi.org/10.14254/978-83-968258-5-8/2023>

3. Буряк А.А., Маховка В.М., Сторожук Л.М. Стратегія і механізми запровадження цифрової економіки в країнах ЄС та Україні як умова подолання кризових явищ. *Економіка і регіон*. 2023. № 2(89). С. 53–59. DOI: [https://doi.org/10.26906/eip.v0i2\(89\).2934](https://doi.org/10.26906/eip.v0i2(89).2934)

Терещенко Кароліна Юріївна,
магістрантка, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

ОСОБЛИВОСТІ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ МІСТ В УМОВАХ СУЧАСНОЇ РЕГІОНАЛІЗАЦІЇ: ДОСВІД ЄС

У сучасному світі поряд із феноменом глобалізації активно діють тенденції її антиподу – регіоналізації. Поява регіону пов'язана з ідейною та практичною самоідентифікацією певної територіальної спільноти. У зв'язку з цим дослідження особливостей економічного розвитку в умовах сучасної регіоналізації має науковий і практичний інтерес.

Одним із яскравих проявів регіоналізації сучасності є європейський економічний регіоналізм. Він явив собою об'єктивний процес реалізації державного, адміністративного і міжнародного потенціалу суб'єктів різних європейських держав, формування і розвитку економічних зв'язків і контактів між ними в рамках і межах юридичних повноважень.

Основними факторами, що зумовлюють притяжіння регіональних суб'єктів, виступають: політичні вигоди від взаємного співробітництва; необхідність об'єднання для досягнення поставлених задач; ідентичність, що стає основою об'єднання за національною ознакою; загальна історія або її ключові моменти; географічний фактор, на основі якого відбувається об'єднання територіальних суб'єктів у регіон; економічне взаємодоповнення господарських та промислових одиниць, що діють у рамках певної території. Налагодження оптимальних міжрегіональних зв'язків відбувається не лише на рівні керівництва країн регіону як інтерпретатора політичної волі суб'єктів міжнародного права – національних держав, але й на рівні субнаціональних учасників міжнародного життя – членів федерації, регіонів, міст тощо. Цей процес характеризується діяльністю субнаціональних одиниць, таких, як провінції, землі, міста, або субрегіональними утвореннями з метою зміцнення та розвитку транскордонної конкурентоспроможності.

Сусідні, але відмінні за потенціалом регіони по-різному і не одночасно проходять стадії свого розвитку: поглиблення місцевої та міжнародної спеціалізації і формування внутрішніх ринків. Це, в свою чергу, актуалізує питання суб'єктності стратегічного планування регіонального розвитку. Досвід ЄС демонструє, що тут корисною виступатиме саме горизонтальна координація на рівні регіональних урядів і бізнесу, хоча урядові процедури схвалення стратегій вимагатимуть адаптації та координації саме на рівні макрорегіонів. Дійсно, протягом останніх років провідні європейські країни оцінили особливу роль міст-мегаполісів у процесі побудови сучасної держави, адже саме великі міста відображають загальні структурні зміни в економічній сфері країни, формування соціальних потреб суспільства, задають темпи і напрями по зміцненню всієї виробничо-територіальної бази. Однак, як показує сучасна практика, найбільші міста світу та їх агломерації і на даний момент

залишаються некерованими з боку органів місцевого самоврядування. Так, 43% обсягів виробництва в ЄС припадають лише на 14% території ЄС – так званий географічний п'ятикутник, – де виробляється продукція з високою доданою вартістю, який утворюють Лондон, Гамбург, Мюнхен, Мілан і Париж (де проживає близько третини населення цієї території) [1, с. 7].

В Європі (як і в інших регіонах) урбаністичні агломерації (або території великих міст) розглядаються в якості ключових факторів економічного зростання. Але у той же час Європа переконалася, що факторами зростання є не лише великі міста. Досвід регіональної політики в Іспанії та інших країнах показує важливість наявності зв'язків у контексті невеликих і середніх міст (поліцентричний розвиток), а також роль місцевих центрів у сільській місцевості. Роль середніх міст полягає у з'єднанні великих і малих міст та віддалених сільських територій; середні міста також відіграють важливу роль у сприянні інтеграції, зв'язкам та економії від масштабу. Вони також відіграють важливу роль у стримуванні депопуляції сільських територій. Місцевий розвиток відіграє ключову роль в стимулюванні економічного зростання у відстаючих регіонах.

Міжрегіональні зв'язки доповнюються співробітництвом між територіальними суб'єктами держави та транснаціональними інститутами, проте, через обмеженість можливостей національних держав та міжнародних організацій вирішувати глобальні питання, трансформуються у зв'язки між субнаціональними одиницями, під які підпадають транскордонні об'єднання, вільні економічні зони, єврорегіони, міжрегіональні об'єднання, та державно управлінськими інстанціями [2]. Під впливом інтеграційних процесів бар'єрні функції кордонів переносяться на зовнішні кордони інтеграційних утворень, внутрішні кордони (наприклад, в межах ЄС) стають прозорими, що дає можливість вільного економічного співробітництва як прикордонних, так і загальнодержавних спільнот. Таким чином, тенденції до регіоналізації у сучасному світі розкривають великі перспективи для міжнародного економічного розвитку.

Список використаних джерел

1. Резнікова Н.В. Роль агломерацій та міст в європейській парадипломатії як формі розвитку транскордонної конкурентоспроможності / Н.В. Резнікова, О.А. Іващенко. *Інвестиції: практика та досвід*. 2015. № 13/14. С. 5 – 8.

2. Honneland G. Worlds Further Apart. Formation in the Barents Euro-Artic Region. URL: <http://www.founorrbotten.se/download/18.54d7ab81114cbc561f98000223/Barents+Euro-Artic+Region.pdf>

Титаренко Любов Михайлівна,
кандидатка економічних наук, доцентка
Гаркуша Данило Іванович,
Охоцький Михайло Євгенович,
здобувачі, Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

КОН'ЮНКТУРНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО АГРАРНОГО СЕКТОРА: ІНТЕГРАЦІЙНІ ВИКЛИКИ

Ринкова кон'юнктура відображає співвідношення попиту і пропозиції, обґрунтовує комерційну цінність певних видів товару та послуг на ринку та їх конкурентоспроможність. Наразі торгівлі сільськогосподарською продукцією України з ЄС в загальних доходах інших країн ЄС залишається невеликою. Основними експортними продуктами України залишаються зерно та олія. До повномасштабного вторгнення Росії в Україну у 2022 році сільськогосподарський сектор нашої держави був четвертим у світі постачальником зерна, до ЄС.

Агресивне вторгнення Росії в Україну завдало великої шкоди аграрному сектору України. На площі, які безпосередньо постраждали внаслідок воєнних дій, припадало близько 36% довоєнного вирощування зернових у країні [1]. Наразі не всі сільськогосподарські площі обробляються, оскільки частина з них розташована занадто близько до кордону та місць активних бойових дій.

В 2024 році загострилися відносини України з європейськими фермерами, які виступають проти правил ЄС «Зелена угода» щодо добробуту тварин і використання пестицидів, а також необхідності залишати 4% сільськогосподарських угідь під паром [1]. Це потребує визначення умов приєднання аграрного сектору України до Спільної аграрної політики ЄС (CAP), а також подальшого удосконалення кон'юнктурних напрямів розвитку вітчизняного аграрного сектора. Тож зовнішньоекономічна стратегія, яку використовують аграрні підприємства України у своїй діяльності через високий рівень конкуренції на аграрному ринку потребує удосконалення [2].

Аналітики доводять, що в таких умовах дослідження ринкової кон'юнктури необхідно здійснювати на емпіричній основі що мають прикладний характер, а результати досліджень сприяють розвитку підприємницької діяльності. У процесі вивчення ринкової кон'юнктури особливу увагу необхідно акцентувати на здійсненні припущень та прогнозів щодо його подальшого розвитку. Адже на основі прогнозів розвитку ринкової

кон'юнктури, товаровиробники розробляють власну стратегію і тактику здійснення господарської діяльності та поведінки на ринку.

Для здійснення прогнозування зростання показників виробництва сільськогосподарської продукції необхідно брати до уваги базові тенденції його розвитку, де однією з найважливіших є зменшення кількості сільського населення в Україні зокрема, та в цілому у світі.

Експерти відмічають, що комплексне дослідження кон'юнктури ринку сільськогосподарської продукції включає збір, аналіз, оцінку та інтерпретацію даних щодо поточного стану і можливих перспектив розвитку сільськогосподарського ринку загалом та окремих його елементів зокрема. Саме аналіз кон'юнктури ринку забезпечує отримання якісної інформації щодо його стану та визначає параметри попиту та пропозиції у кількісному вираженні [3].

Організація зовнішньоекономічної діяльності сільськогосподарських підприємств, насамперед передбачає вибір стратегії виходу на зовнішні ринки, яка залежить від мети та масштабів діяльності підприємства, характеристик товару та намірів контролювати продажі. Також важливо враховувати потенційний обсяг продажу підприємства, витрати на організацію руху товару, саму логістику та наявність підготовленого персоналу.

У цілому кон'юнктурні напрями розвитку вітчизняного аграрного сектору потребують удосконалення стратегії розвитку: розширення географічної структури експорту, шляхом освоєння нових міжнародних, регіональних де збільшується споживання продуктів переробки зернових культур; формування нових логістичних маршрутів з використанням залізничного та автомобільного транспорту, а також використання портів сусідніх країн під час військових дій на території України.

Список використаних джерел

1. Україна заперечує компромісний план щодо сільського господарства на переговорах з ЄС. URL: <http://milkua.info/uk/post/ukraina-zaperecue-kompromisnij-plan-sodo-silskogo-gospodarstva-na-peregovorah-z-es>

2. Закон України про зовнішньоекономічну діяльність. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/959-12> (дата звернення: 10.03.2024).

3. Гук І. С., Поцелова Т. В. The importance of strategic planning of firms foreign economic activities under the integrational processes. URL: <http://intkonf.org/guk-i-s-potselova-t-v-the-importance-of-strategic-planning-of-firmsforeign-economic-activities-under-the-integrational-processes> (дата звернення: 02.03.2024).

Титаренко Любов Михайлівна,
кандидатка економічних наук, доцентка
Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»

КУЛЬТУРА БІЗНЕСУ ЯК ЕЛЕМЕНТ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ ЗА УМОВ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Процеси євроінтеграційних трансформацій мають фундаментальний характер та фактично призводять до зміни парадигми міжнародного бізнесу. Це в свою чергу породжує новий етап еволюції наукових засад міжнародного бізнесу та корпоративної культури. Однією з умов інтеграційного розвитку є формування економічної безпеки держави, тому перед Україною постала проблема створення ефективних інститутів і механізмів її забезпечення.

Аналітики визначають корпоративну культуру як сукупність найважливіших положень щодо діяльності підприємства, обумовлених місією та стратегією розвитку організації, які знаходять своє відображення у соціальних нормах і цінностях працівників [1]. Корпоративна культура дозволяє вирізняти організацію, створює атмосферу ідентифікованості для її персоналу, зміцнює соціальну стабільність та є контролюючим механізмом, який направляє і формує відносини та поведінку працівників.

За умов євроінтеграції національної економіки корпоративна культура та корпоративні правовідносини здатні трансформуватися, переходити з одного стану в інший, змінювати структуру складових елементів впливу на поведінку персоналу, змінювати формат управлінських, адміністративних прав та обов'язків [2].

Компанії, які беруть до уваги культуру бізнесу як предмет стратегічного управління, функціонують краще, тобто результативніше. Аналітики доводять, що корпоративна культура включає в себе: цінності персоналу; комунікаційну систему і мову спілкування; використання часу; взаємовідносини між персоналом; розвиток персоналу і його навчання; зовнішній вигляд, стиль одягу [3]. Ці елементи настільки тісно пов'язані що складають структуру моделі корпоративної культури, тому їх необхідно досліджувати у комплексі.

Вивчаючи різні моделі корпоративної культури, необхідно відмітити, що вони наперед обумовлюють певні особливості взаємозв'язків працівників в середині організації, а також напрями визначення своїх стратегічних цілей чи норм діяльності тощо.

В процесі євроінтеграції корпоративна культура може проявлятися відкрито, тобто всі можуть бачити або почути її ключові твердження, зокрема якщо є сформована місія, чи бачення компанії, є розроблений корпоративний кодекс тощо. Однак, вона може бути неусвідомленою працівниками, хоча сама по собі існуватиме, оскільки формується корпоративна культура відразу при створенні організації, тобто коли вже є група людей.

Очевидно, що чим більша компанія, тим більше зусиль слід докласти для результативності дії корпоративної культури на її діяльність. Малі організації є часто більш згуртованими, організаційні норми є стабільними, новачки або швидко вливаються в колектив, приймаючи існуючі цінності, покращуючи їх, або звільняються з роботи. Однак, чим більша компанія, тим більше зусиль слід прикласти для збереження чи оптимальної зміни ключових параметрів корпоративної культури, сприйняття її постулатів усіма членами.

Наразі необхідність цілеспрямованого формування корпоративної культури пов'язана з активною розробкою і впровадженням нових технологій, дедалі більшим техногенним навантаженням на довкілля і людину, появою і поширенням нових видів небезпек (екологічних, інформаційних, релігійних, соціальних, військових тощо). Суттєве значення має освіта та професійна підготовка працівників, безперервна освіта, у процесі якої майбутній фахівець повинен не просто навчатися основ безпеки життєдіяльності, а усвідомити необхідність бути частиною системи безпечної життєдіяльності, виховувати в собі культурні основи поведінкової діяльності.

Отже, в умовах євроінтеграції національні підприємства повинні враховувати цінності компанії та робоче середовище, включаючи будь-які питання та проблеми, що турбують працівників, їх розвиток та безпеку. В свою чергу, високий рівень безпеки є гарантією незалежності країни, визначальною передумовою стабільного розвитку економіки і суспільства

Список використаних джерел

1. Belle Wong J.D. What is company culture? Definition & Development Strategies. *Forbes Advisor*. 2023. URL: <https://www.forbes.com/advisor/business/company-culture/> (дата звернення: 25.02.2024).
2. Jianping Miao Features of organizational culture of multinational organization. *Економіка та суспільство*. 2022. №39. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-30> (дата звернення: 11.03.2024).
3. Tom Geraghty Edgar Schein's three layers of organisational culture. *Psychological Safety Action Pack*. URL: <https://psychsafety.co.uk/psychological-safety-edgar-scheins-three-layers-of-organisational-culture/> (дата звернення: 18.03.2024)

Наукове видання

Пріоритети розвитку національної економіки в умовах глобалізації

Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції,
27 березня 2024 року

Відповідальний за випуск: проф. *І.Б. Чичкало-Кондрацька*

Підп. до друку 22.03.2024 р. Формат 60x84/16.
Папір ксерокс. Друк різнограф.
Ум.друк.арк. – 15,89
Тираж 100 прим.

Макет та тиражування виконано у поліграфічному центрі Національного
університету «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»
36011, Полтава, Першотравневий проспект, 24
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до державного реєстру видавців, виготівників
і розповсюджувачів видавничої продукції
Серія ДК, № 7019 від 19.12.2019 р.
