

**XVII Міжнародна науково-практична
конференція молодих учених і студентів**

**«ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ ЕКОНОМІЧНОГО
І СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО РОЗВИТКУ:
ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД»**

Тернопіль - ЗУНУ

ЗБІРНИК ТЕЗ

27-28 / III / 2024



**МІНІСТЕРСТВО
ОСВІТИ І НАУКИ
УКРАЇНИ**



**Wrocław University
of Economics**



iholland
university of
applied sciences



AARHUS UNIVERSITY

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
УНІВЕРСИТЕТ INHOLLAND
ОРХУСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВРОЦЛАВСЬКИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
ім. Б.Д. ГАВРИЛИШИНА
КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН**

***XVII Міжнародна науково-практична конференція
молодих учених і студентів***

**«ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ
ЕКОНОМІЧНОГО І СОЦІАЛЬНО-
КУЛЬТУРНОГО РОЗВИТКУ: ВІТЧИЗНЯНИЙ
ТА ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД»**

Тези доповідей

27-28 березня 2024 року

**Тернопіль
ЗУНУ
2024**

Інноваційні процеси економічного та соціально-культурного розвитку: вітчизняний та зарубіжний досвід // Тези доповідей XVII Міжнародної науково-практичної конференції молодих учених і студентів.
Тернопіль: ЗУНУ, 2024. 319 с.
ISBN 978-966-654-748-7

За загальною редакцією д.е.н., проф. Андрія КРИСОВАТОГО
д.е.н., проф. Романа ЗВАРИЧА

Редакційна колегія

БАГЛЕЙ Ростислав	к.е.н., доцент
БАТРИН Наталія	к.філол.н., доцент
БОЛКВАДЗЕ Наталія	к.е.н., доцент
БРАТКО Олександра	доцент
БУЧИНСЬКА Тетяна	к.е.н., доцент
ВЕРГУН Лариса	к.філол.н., доцент
ВОЙТЕНКО Олексій	к.е.н., доцент
ГАЛАСА Ірина	к.філол.н., доцент
ГОМОТЮК Вікторія	к.е.н., доцент
ДЕМ'ЯНЮК Ольга	к.е.н., доцент
ДЛУГОПОЛЬСЬКА Тетяна	к.е.н., доцент
ЖИВКО Максим	к.е.н., доцент
ЛУЦІВ Руслана	PhD, викладач
МАЗУР Наталія	викладач
МИГАЛЬ Оксана	к.е.н., доцент
СОХАЦЬКА Олена	д.е.н., професор
СОХАЦЬКИЙ Олександр	PhD, ст. викладач

Рекомендовано до друку Вченою радою Західноукраїнського національного університету (протокол № 8 від 27 березня 2024 р.)

Редакційна колегія повідомляє, що автори публікацій несуть відповідальність за достовірність поданої інформації, зміст матеріалів, їхнє мовно-стилістичне оформлення та відсутність академічного плагіату.

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ У ХХІ СТОЛІТТІ

<i>Наталія Болквядзе</i> ЕТАПИ МІЖНАРОДНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ АВТОМОБІЛЬНИМ ТРАНСПОРТОМ.....	17
<i>Ольга Копилова, Катерина Пічугіна</i> ВИТОКИ ФОРМУВАННЯ НІМЕЦЬКОЇ МОДЕЛІ ФІНАНСОВОГО РИНКУ	18
<i>Ірина Чайка</i> УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ТА СТРАХУВАННЯ В МІЖНАРОДНИХ СПІЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ У ВІДНОВЛЮВАНІЙ ЕНЕРГЕТИЦІ.....	21
<i>Дмитро Доброводський, Максим Живко</i> ФРАГМЕНТАЦІЯ РИНКІВ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ТНК.....	24
<i>Катерина Мацик</i> ТЕНДЕНЦІЇ ТОРГІВЛІ ТОВАРАМИ МІЖ КРАЇНАМИ- ЧЛЕНАМИ ЄС	28
<i>Дмитро Степанчук, Максим Живко</i> РЕФОРМИ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В КОНТЕКСТІ ЕКОНОМІЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ У АРАБСЬКИХ КРАЇНАХ	30
<i>Олександр Сохацький</i> НЕРІВНІСТЬ ЯК НАСЛІДОК ГЛОБАЛІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН ТА ЗАГРОЗА ГЛОБАЛЬНІЙ БЕЗПЕЦІ.....	33
<i>Олена Шимуда</i> ТРУДОВА МІГРАЦІЯ МОЛОДІ: ПЕРЕДУМОВИ ТА НАСЛІДКИ.....	35
<i>Станіслав Кулик</i> ЕКОНОМІЧНІ САНКЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОТЕКЦІОНІЗМУ	37

<i>Андрій Фтьомов</i> ЕВОЛЮЦІЯ ПІДХОДІВ ДО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОМПАНІЯХ	38
<i>Вікторія Юськевич</i> МІЖНАРОДНИЙ ВАЛЮТНИЙ ФОНД У СПРИЯННІ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇН.....	40
<i>Анастасія Кунинець</i> ВПЛИВ МІГРАЦІЙНОЇ КРИЗИ НА ЕКОНОМІКУ КРАЇН- ПРИЙМАЧІВ	42
<i>Тетяна Романюк</i> РОЛЬ МІЖНАРОДНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ	44
<i>Олександр Прус</i> СТРАТЕГІЧНА ПОЗИЦІЯ ФІРМИ ПРИ ПРОСУВАННІ ТОВАРІВ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ.....	45
<i>Мар'яна Кузик</i> СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА У ГЛОБАЛЬНОМУ РИНКОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ.....	47
<i>Володимир Симко</i> ПРОБЛЕМА НЕРІВНОСТІ ТА ЇЇ РІШЕННЯ В ДІЯЛЬНОСТІ МІЖНАРОДНОГО ВАЛЮТНОГО ФОНДУ	49
<i>Вадим Бойцан</i> ІННОВАЦІЇ У ЛОГІСТИЦІ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ГЛОБАЛЬНІ ЛАНЦЮГИ ПОСТАЧАННЯ	51
<i>Юрій Дзюбик, Олексій Войтенко</i> ІННОВАЦІЇ ЯК ЧИННИК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МУЛЬТИНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ	54
<i>Оксана Бенч</i> УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ У ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЯХ: СТРАТЕГІЇ ТА ВИКЛИКИ.....	56
<i>Юрій Шевчук</i> ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЄС ...	59
<i>Матвій Маціпура</i> ГЕЙМІФІКАЦІЯ В УПРАВЛІННІ РИЗИКАМИ ТА ПІДВИЩЕННІ СТІЙКОСТІ МУЛЬТИНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ.....	62

<i>Сергій Кучер</i> СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В УПРАВЛІННІ ГЛОБАЛЬНИМИ ЛАНЦЮГАМИ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ.....	64
<i>Назар Чиж</i> ГЛОБАЛЬНА КОНКУРЕНЦІЯ ТА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ГІГАНТІВ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ.....	66
<i>Максиміліян Козій</i> СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ МЕРЕЖАМИ ДЛЯ ЗМЕНШЕННЯ ВПЛИВУ НА НАВКОЛИШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ ...	68
<i>Богдан Харковський</i> ЕКОЛОГІЧНА ТРАНСФОРМАЦІЯ ЕНЕРГЕТИЧНОГО РИНКУ ЄС: REPOWEREU – ЯК МОЖЛИВІСТЬ ПОЗБУТИСЬ ЗАЛЕЖНОСТІ ВІД РОСІЙСЬКОГО ГАЗУ	72
<i>Юрій Онукевич</i> АУТСОРСИНГ УПРАВЛІННЯ ТЕХНІЧНОЮ ІНФРАСТРУКТУРОЮ В МУЛЬТИНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЯХ.....	73
<i>Єгіян Зорькін, Максим Живко</i> СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИМИ ПОТОКАМИ В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ: АНАЛІЗ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	75
<i>Юлія Борисова</i> РОЛЬ МІЖНАРОДНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ У СТИМУЛЮВАННІ МІЖНАРОДНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА ТА РОЗВИТКУ	78
<i>Степан Вівчар, Максим Живко</i> ФРАГМЕНТАЦІЯ РИНКІВ ТА РОЗВИТОК ГЛОБАЛЬНИХ СТРАТЕГІЙ МЕНЕДЖМЕНТУ ТНК.....	80
<i>Ігор Рівіліс</i> УПРАВЛІННЯ ВІДХОДАМИ ТА РИЗИК НЕКОНТРОЛЬОВАНИХ ВІДХОДІВ	84
<i>Василь Садовий</i> ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ: АДАПТАЦІЯ ДО РІЗНОМАНІТНОСТІ КУЛЬТУР ТА РИНКІВ ПРАЦІ	86

<i>Ярослав Вонс, Валентин Пацула</i> СТРАТЕГІЇ МІЖНАРОДНОЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ: ВІД ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ДО ІНТЕГРАЦІЇ.....	88
<i>Арсен Коверчук, Наталія Болквадзе</i> ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКУ	89
<i>Владислав Фартушняк</i> ВПЛИВ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ.....	92
<i>Тетяна Талейко</i> НАФТА ТА ГАЗ – КАТАЛІЗАТОРИ, МІЖНАРОДНИХ КОНФЛІКТІВ У ХХІ СТОЛІТТІ.....	93
<i>Лю Жунлайн</i> РИНОК ОСВІТНІХ ПОСЛУГ КИТАЮ	96
<i>Назар Бас</i> ГЕОПОЛІТИКА СУЧАСНОГО СВІТУ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ВИКЛИКИ В ХХІ СТОЛІТТІ	98
<i>Діана Купчинська</i> РОЛЬ МІЖНАРОДНИХ ФІНАНСОВИХ УСТАНОВ У ЗНИЖЕННІ РІВНЯ БІДНОСТІ В КРАЇНАХ ЄС: АНАЛІЗ ПРОГРАМ І СТРАТЕГІЙ.....	99
<i>Тимофій Котов</i> ГЛОБАЛЬНІ ЛОГІСТИЧНІ МЕРЕЖІ ЯК ІМПЕРАТИВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ	101
<i>Сергій Плавуцький</i> РОЛЬ РЕЛІГІЙНИХ ЧИННИКІВ У МІЖНАРОДНИХ КОНФЛІКТАХ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ.....	105
<i>Яна Приймак</i> ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА ФОРМУВАННЯ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ СУЧАСНИХ СУБ'ЄКТІВ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ	106
<i>Ігор Павлишин</i> «РЕАЛЬНА» ТА «ШТУЧНА» НАЦІНКА У ГЛОБАЛЬНИХ АГРОПРОДОВОЛЬЧИХ ЛАНЦЮГАХ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ.....	108
<i>Zou ZHIGANG</i> CHINA'S REFORMS AS A PATH TO INTEGRATION INTO THE WORLD ECONOMY.....	111

<i>Ruslana Lutsiv, Oleh Chukhnii</i> CLUSTER-BASED CITY ECONOMIC DEVELOPMENT IN ASIA.....	113
<i>Jian Hao</i> CURRENT TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF METALLURGICAL INDUSTRY OF THE CHINESE PEOPLE'S REPUBLIC	117
<i>Wu Qi</i> THE SOCIO-ECONOMIC INEQUALITY IN CHINA: ANALYZE OF TRENDS	119
<i>Wang Yongshun</i> JOINTLY BUILDING THE “THE BELT AND ROAD” MODEL IS	120
<i>Wei Linhai</i> TRADE RELATIONS BETWEEN CHINA AND UKRAINE.....	123
<i>Zhu Lihong</i> STUDY ON FISCAL POLICIES FOR SMALL AND MICRO ENTERPRISES UNDER THE ECONOMIC CRISIS	126

СЕКЦІЯ 2. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

<i>Роман Зварич</i> УКРАЇН І СВІТ : ВІЙНА ТА ІННОВАЦІЇ.....	129
<i>Олена Сохацька, Роман Пішко</i> ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ШИРОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ.....	131
<i>Олександр Братко</i> ВПЛИВ ГЛОБАЛЬНИХ ЛАНЦЮГІВ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ НА РОЗВИТОК НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	132
<i>Андрій Ільків</i> ПРАВОВИЙ СТАН РИНКУ БІОПАЛИВА УКРАЇНИ	134

<i>Анастасія Ковальчук</i> ТЕНДЕНЦІЇ ВИРОБНИЦТВА ТА ЕКСПОРТУ СОНЯШНИКА В УКРАЇНІ ТА СВІТІ	136
<i>Дарія Шуцька</i> БРЕНДИНГ В УКРАЇНІ: ОСОБЛИВОСТІ ТА ТЕНДЕНЦІЇ В УМОВАХ ВІЙНИ	139
<i>Зоряна Мотика</i> ВПЛИВ ММСП НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ДОБРОБУТ УКРАЇНЦІВ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	141
<i>Ліана Чернобай, Маліброда Святослав</i> МІГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	143
<i>Юрій Чопик</i> ОСНОВНІ ЗОВНІШНІ АКТОРИ У ПОВОЄННОМУ ВІДНОВЛЕННІ.....	145
<i>Андрій Процяк</i> ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ЕКСПОРТУ УКРАЇНСЬКИХ ТОВАРІВ З ВИСОКОЮ ДОДАНОЮ ВАРТІСТЮ.....	147
<i>Іван П'єх</i> ПРЯМІ ІНОЗЕМНІ ІНВЕСТИЦІЇ В УКРАЇНУ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	150
<i>Вероніка Скоморохова</i> ВПЛИВ СВІТОВОГО БАНКУ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ	152
<i>Андріана Кошелюк</i> СВІТОВА ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГІВЛІ: ВИКЛИКИ В УМОВАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ	154
<i>Аліна Угринчук</i> ВПЛИВ ВІЙНИ В УКРАЇНІ НА ЕКОНОМІКУ	156
<i>Ярослав Статкевич</i> ОСОБЛИВОСТІ СПІВРОБІТНИЦТВА СВІТОВОГО БАНКУ І УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ	157
<i>Аліна Тарашевська</i> РЕАЛІЗАЦІЯ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ	159

<i>Софія Крук</i> УКРАЇНА НА СВІТОВОМУ АГРАРНОМУ РИНКУ: ВИКЛИКИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ	161
<i>Аліна Лепешко</i> ВЗАЄМОВІДНОСИНИ УКРАЇНИ ТА МАГАТЕ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	163
<i>Юля Олійник</i> ВПЛИВ ВІЙНИ НА ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК МНК	165
<i>Михайло Данько</i> ВЕКТОРИ ІНТЕГРАЦІЇ АГРОПРОДОВОЛЬЧОГО РИНКУ УКРАЇНИ В ЄС	167
<i>Ярослав Лісняк</i> НАЦІОНАЛЬНА КОНЦЕПЦІЯ ТРЕЙД МАРКЕТИНГУ ДЛЯ УКРАЇНИ У КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ	169
<i>Ольга Масна</i> ЗНАЧЕННЯ ЗЕЛЕНИХ ФІНАНСІВ ДЛЯ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	171
<i>Назар Вівчарик</i> ЗЕЛЕНА ЛОГІСТИКА ЯК ІНСТРУМЕНТ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	173
<i>Viktoriia Homotiuk</i> GLOBAL INEQUALITY: CONSEQUENCES OF WAR.....	175
<i>Yuliia-Mariia Horbal, Tetiana Toman</i> FINANSIAL STABILITY AND ITS ROLE IN ENSURING ECONOMIC GROWTH	176
<i>Yulia Kovalets</i> GRANTS AND CREDIT HOLIDAYS: HOW UKRAINE AND OTHER COUNTRIES SUPPORT SMALL AND MEDIUM BUSINESSES.....	178

СЕКЦІЯ 3. МІЖНАРОДНЕ СЕРЕДОВИЩЕ БІЗНЕСУ ТА МАРКЕТИНГУ

<i>Тетяна Длугопольська</i> СТРАТЕГІЯ ІНВЕСТУВАННЯ В ДЕКАРБОНІЗАЦІЮ: ДОСВІД КРАЇН ЄС.....	181
---	-----

<i>Владислава Гаврюшенко</i> ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ У СТАРТАПИ: КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ ТА ПЕРЕВАГИ	183
<i>Ольга Дем'янюк</i> ЕФЕКТИВНІ МЕТОДИ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ У МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ	184
<i>Олександра Братко</i> ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ ЯК СКЛАДОВОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КОМПАНІЇ	186
<i>Ігор Сорівка, Ірина Блажей</i> БРЕНДИ В ЦИФРОВОМУ СУСПІЛЬСТВІ.....	187
<i>Юрій Кушнір</i> РИНОК КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ	189
<i>Ілона Блиндюк</i> СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО РОЗУМІННЯ ЦІННОСТІ ТА ЯКОСТІ ПОСЛУГ	191
<i>Тетяна Рудакевич</i> ГЛОБАЛЬНІ СОЦІАЛЬНІ МЕДІА ПЛАТФОРМИ	192
<i>Максим Жубіль</i> МІЖНАРОДНА ОРГАНІЗАЦІЯ ПРАЦІ У РЕГУЛЮВАННІ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ПРАЦІ.....	194
<i>Марта Войнаровська, Вікторія Нікітнюк</i> МЕТОДИ ВИВЧЕННЯ СПОЖИВЧОЇ ПОВЕДІНКИ.....	196
<i>Вікторія Коршунова</i> Роль ЮНЕСКО у сприянні миру і безпеки у світі.....	198
<i>Олег Безкоровайний</i> ГЛОБАЛЬНА ЕКСПАНСІЯ: СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ	200
SAMSUNG ТА HUAWEI	200
<i>Тарас Циклиняк</i> ГЛОБАЛІЗАЦІЯ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС ..	202
<i>Юрій Козак</i> РОЛЬ ГЛОБАЛЬНИХ КРИЗ У ФОРМУВАННІ СТРАТЕГІЙ РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТУ ДЛЯ МУЛЬТИНАЦІОНАЛЬНИХ КОМПАНІЙ.....	205

<i>Олександр Дударев</i> СТРАТЕГІЇ АДАПТАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНИХ РЕКЛАМНИХ АГЕНТСТВ ДО ВИМОГ ЄВРОПЕЙСЬКОГО РИНКУ В УМОВАХ ЄВРО ІНТЕГРАЦІЇ.....	208
--	-----

<i>Alla Boryk, Oksana Myhal</i> THE IMPORTANCE OF THE OMNICHANNEL MARKETING STRATEGY FOR THE BUSINESS.....	210
--	-----

<i>Dmytro Kvasovsky, Oksana Myhal</i> THE ROLE OF SOCIAL MEDIA MARKETING IN INTERNATIONAL BUSINESS	212
--	-----

<i>Ihor Mayovetsky</i> IMAGE MANAGEMENT AS AN ELEMENT OF FORMING THE COMPANY'S REPUTATION ON THE EXTERNAL MARKET.....	214
---	-----

<i>Oleksiy Voitenko, Yaroslav Voitenko</i> THE TRANSFORMATION OF MARKETING IN B2B FIRMS: FROM CHANNEL-BASED TACTICS TO ECOSYSTEM-ORIENTED STRATEGIES.....	216
--	-----

СЕКЦІЯ 4. НОВІТНІ ПІДХОДИ В ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИЦІ МІЖНАРОДНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

<i>Олександр Длугопольський</i> ПОКОЛІННЯ НЕЕТ: ВИКЛИК ДЛЯ КРАЇН ЄС.....	218
---	-----

<i>Дарія Щуцька</i> ПРЕДСТАВНИЦТВО ЖІНОК НА КЕРІВНИХ ПОСАДАХ У МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ.....	220
--	-----

<i>Віктор Мазур</i> КУЛЬТУРНІ ТРЕНІНГИ З ВИКОРИСТАННЯМ ТЕХНОЛОГІЙ ВІРТУАЛЬНОЇ РЕАЛЬНОСТІ	222
--	-----

<i>Андрій Онукевич</i> ГЛОБАЛЬНІ ТРЕНДИ В УПРАВЛІННЯ ІНОЗЕМНИМИ ІНВЕСТИЦІЯМИ.....	223
---	-----

<i>Віталій Жирій</i> СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ТОРГОВЕЛЬНОЮ МЕРЕЖЕЮ	225
---	-----

<i>Юлія Сухович</i> ЛІДЕРСТВО ТА МОТИВАЦІЯ ЯК ВАЖЛИВІ КОМПОНЕНТИ МІЖНАРОДНОЇ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ...	227
<i>Георгій Курдіані</i> ІННОВАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ НА ПІДПРИЄМСТВІ	229
<i>Роман Трищецький</i> РОЛЬ МЕНЕДЖМЕНТУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В ПРОСУВАННІ ПРОДАЖ.....	230
<i>Даниїл Тихненко</i> ЕФЕКТИВНІСТЬ ФУНКЦІЙ ЛОГІСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	232
<i>Генадій Вінярчик</i> ТРАНСФОРМАЦІЯ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	234
<i>Сергій Джура, Ростислав Баглей</i> СУЧАСНІ МЕТОДИ НЕМАТЕРІАЛЬНОЇ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ	236
<i>Василь Сорівка, Ірина Блажей</i> ЗЕЛЕНЕ ЗРОСТАННЯ КРАЇН, ЩО РОЗВИВАЮТЬСЯ	238
<i>Анастасія Рудак</i> НОВІТНІ ПІДХОДИ В ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИЦІ МІЖНАРОДНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	240
<i>Назар Гайдук</i> СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ЩОДО ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕНЕРГЕТИЧНОГО РИНКУ ЄС	242
<i>Віталій Бронецький, Ростислав Баглей</i> ЕКОЛОГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	243
<i>Павло Курніта, Лариса Вергун</i> ВПЛИВ ГЛОБАЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ НА УПРАВЛІННЯ ТА ЛІДЕРСТВО В СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ	245
<i>Леонід Шевчук</i> ОПТИМІЗАЦІЯ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В ЕПОХУ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ ТНК.....	247

Руслан Корінь, Максим Живко
ГЕОПОЛІТИЧНІ ТЕНДЕНЦІЇ УПРАВЛІННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ У ВИРОБНИЦТВІ ЗБРОЇ ТА
ВІЙСЬКОВОЇ ТЕХНІКИ ПІД ЧАС САНКЦІЙНОГО ТИСКУ 248

Олександр Завінський
РЕКРУТИНГ ТА HR В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ 251

Ihor Toman, Maksym Zhyvko
NAVIGATING GLOBAL MARKETS: APPLE'S APPROACH TO
INTERNATIONAL MANAGEMENT 253

Deng Yanru
EMPLOYEE WELFARE MANAGEMENT 255

Wang Cheng
CHALLENGES IN IMPLEMENTING AGILE MANAGEMENT
PRACTICES TRADITIONAL ORGANIZATIONS 257

Zhang Qian
THE CHALLENGES OF PERFORMANCE MANAGEMENT IN 259

СЕКЦІЯ 5. СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ

Юрій Шуліга, Максим Живко
ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ
ДЛЯ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ТА УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В
МУЛЬТИНАЦІОНАЛЬНИХ КОМПАНІЯХ 261

Мартін Яковенко, Наталія Болквядзе
ЗАГРОЗИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ
ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В МІЖНАРОДНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ 264

Наталія Мазур
ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ
ПІДПРИЄМСТВОМ 265

Андрій Гевко
ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ІННОВАЦІЙ НА
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ АВТОМОБІЛЬНИХ
КОРПОРАЦІЙ 268

<i>Михайло Федунік</i> РОЛЬ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ	271
<i>Аліна Воробець</i> НОВІ БАР'ЄРИ У ТОРГІВЛІ СПРИЧИНЕНІ ДИДЖИТАЛІЗАЦІЄЮ	274
<i>Юлія Брожина, Наталія Болквадзе</i> ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В БІЗНЕС ДІЯЛЬНОСТІ.....	276
<i>Оксана Галько</i> ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ В ТУРИЗМІ: ВІД ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ДО ВІРТУАЛЬНОЇ РЕАЛЬНОСТІ	278
<i>Тетяна Югова</i> ЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ У HR.....	280
<i>Tanlin</i> MANAGEMENT CHALLENGES IN THE DIGITAL ERA.....	281
<i>Chen XIAOQIAN</i> DOES ARTIFICIAL INTELLIGENCE PROMOTE COMMON PROSPERITY WITHIN ENTERPRISES? – EVIDENCE FROM CHINESE-LISTED COMPANIES IN THE SERVICE INDUSTRY.....	283

СЕКЦІЯ 6 . МІЖКУЛЬТУРНІ КОМУНІКАЦІЇ ТА ДІЛОВЕ СПІЛКУВАННЯ

<i>Вікторія Бучинська</i> ВАЖЛИВІСТЬ ФОРМУВАННЯ ПЕРСОНАЛЬНОГО БРЕНДИНГУ ФАХІВЦЯ У СУЧАСНОМУ МІЖКУЛЬТУРНОМУ СЕРЕДОВИЩІ.....	287
<i>Дарія Щуцька, Наталія Батрин</i> РОЛЬ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПРИ ВИКЛАДАННІ ФАХОВИХ ДИСЦИПЛІН У ВИЩІЙ ШКОЛІ	288
<i>Юліана Питура</i> ВАЖЛИВІСТЬ ЕФЕКТИВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ У ЛОГІСТИЦІ.....	290

<i>Iryna Halasa</i> FUNCTIONS OF UKRAINIAN WAR DISCOURSE DURING FULL-SCALE INVASION OF RUSSIA	292
<i>Shanliwei</i> PROBLEMS AND COUNTERMEASURES FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF TEACHING AND RESEARCH OFFICES IN APPLIED PRIVATE UNIVERSITIES.....	294
<i>Вікторія Юськевич</i> CROSS-CULTURAL COMMUNICATION IN INTERNATIONAL BUSINESS	300
<i>Alina Shpunar, Nayalia Batryn</i> PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF USING INTERACTIVE LEARNING METHODS.....	301
<i>Laryssa Verhun</i> APPLICATION OF FLIPPED CLASSROOM APPROACH TO TEACHING BUSINESS ETIQUETTE	303
<i>Tatiana Buchynska, Tetiana Romanyuk</i> CROSS -CULTURAL CONFLICT RESOLUTION.....	305
<i>Andriana Kosheliuk</i> CROSS-CULTURAL COMMUNICATION IN THE WORKPLACE	306
<i>Yaroslav Statkevych</i> MIGRATION AND CULTURAL CHANGE.....	307
<i>Maksym Zhubil</i> ETIQUETTE, CUSTOMS, IDENTITIES AND WAYS OF CROSS CULTURAL COMMUNICATION.....	308
<i>Ilona Yadlos</i> MIGRATION AND CULTURAL CHANGE.....	310
<i>Sofia Dudchak</i> CROSS-CULTURAL COMMUNICATION AND CULTURAL UNDERSTANDING.....	312
<i>Veronika Skomorokhova</i> INFLUENCES OF RELIGIONS, FAITHS, BELIEFS AND VALUES ON CROSS CULTURAL COMMUNICATION.....	313
<i>Viktoria Korshunova</i>	

BUSINESS ETIQUETTE AND CROSS CULTURAL COMMUNICATION	315
<i>Volodymyr Kushnir</i> THE IMPORTANCE OF ETHICAL AWARENESS IN INTERNATIONAL COMMUNICATIONS	316
<i>Tetiana Buchynska</i> CROSS-CULTURAL COMMUNICATIONS AS A MEANS OF INTERACTION IN THE GLOBAL BUSINESS ENVIRONMENT.....	317
<i>Anna Salahub</i> GLOBALIZATION AND CROSS CULTURAL COMMUNICATION	318

СЕКЦІЯ 1. МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ У ХХІ СТОЛІТТІ

Наталія Болквадзе
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ЕТАПИ МІЖНАРОДНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ АВТОМОБІЛЬНИМ ТРАНСПОРТОМ

Міжнародні перевезення – це перевезення пасажирів і вантажів автомобільним транспортом з перетином державного кордону. Тобто вони пов'язані з відповідними митними процедурами, які мають певні особливості [1].

У зовнішній торгівлі міжнародне транспортування вантажів – це переміщення товару з однієї країни в іншу. На відміну від внутрішнього автомобільного перевезення, міжнародне транспортування вантажів має довші терміни доставки та вимагає додаткової підготовки документів перед початком транспортування товарів. У разі міжнародних автомобільних перевезень найпоширенішим транспортним засобом для переміщення вантажів є автопоїзд (тандем). Міжнародні перевезення, як і будь-які інші транспортно-експедиційні послуги, базуються на низці кроків, яких необхідно дотримуватися, щоб гарантувати час завантаження та доставки.

Загалом можна виділити кілька основних етапів міжнародних перевезень, що здійснюються автомобільним транспортом за допомогою логістичної компанії:

1) Підготовка товару для транспортування та укладання договору страхування. Після отримання вантажу на території клієнта перевізник готує вантаж до його правильного транспортування. Цей процес полягає у виборі відповідного пакування згідно з типом товару та його правильне розміщення. Це дозволяє мінімізувати можливі збитки під час транспортування.

Залежно від ризиків, що покриваються, на страховому ринку розрізняють три основні види страхування вантажів: ІСС-А, ІСС-В та ІСС-С. Зазвичай логістичні компанії страхують вантаж з гарантіями покриття згідно з умовами ІСС-А. Такий вид страхування вантажів є найбільш широким і здатний забезпечити максимальний захист незалежно від маршруту, транспорту і вантажу, що перевозиться [2].

2) Експортне митне оформлення та СМР. Товар повинен бути розміщений для митного оформлення перед виїздом з країни, як для перевірки вантажу, так і необхідних документів, щоб отримати дозвіл на виїзд.

3) Фаза транспортування. Після підготовки товару та проведення експортного очищення відбувається безпосереднє транспортування товару. Оскільки, перевезення здійснюється автомобільним транспортом, то це дає можливість обрати оптимальний маршрут виходячи з стану доріг на даний

момент та погодних умов. Для уникнення перевірок вантажу на кордонах проміжних країн між країнами відправлення і призначення, необхідно мати TIR Carnet (книжку МДП), що мінімізує паперову роботу на кордонах та скорочує час доставки.

4) Прибуття вантажу в країну призначення. Після перетину кордону країни призначення товари повинні бути розміщені на митниці для імпортного очищення, щоб перевірити документацію та за необхідності фізичної перевірки товару. Важливо також враховувати правила кожної країни чи економічної зони, щоб не порушити їхнього законодавства. Якщо необхідна документація товару що транспортується недоступна для оформлення товари будуть утримуватися на митниці. Після завершення імпортного очищення товар транспортується до місця призначення

5) Доставка товару в пункт призначення. Після того, як вантаж прибуде в узгоджене місце перевізник доставляє товар імпортеру або компанії, яка буде відповідати за його розвантаження [3].

Велика кількість різних типів вантажу потребує широкої варіації автомобілів для задоволення потреб клієнтів. Різноманітність типів транспортних засобів дозволяє здійснювати вибір автомобіля залежно від виду вантажу, його обсягів, економічності транспортного засобу та способу організації транспортування тощо [4].

Перелік використаних джерел:

1. Міжнародні перевезення: особливості організації. URL: <https://www.golovbukh.ua/article/6113-qqq-17-m3-03-03-2017-organzatsya-mjnarodnih-perevezen> (Last accessed 24.01.2023).

2. Насанчук О. Види та умови страхування вантажів. Офіційний сайт BritMark Insurance Brokers. URL: <https://brit-mark.com/ua/articles/vidyi-i-usloviya-strahovaniya-gruzov> (Last accessed 24.01.2023).

3. International Road Transport. URL: <https://maritimasureste.com/en/land/road-internacional> (Last accessed 24.01.2023).

4. Марченко В.М., Шутюк В.В. Логістика: Підручник. К.: Видавничий дім «Артек», 2018. 312 с.

Ольга Копилова

Одеський національний морський університет

Катерина Пічугіна

Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

м. Одеса

ВИТОКИ ФОРМУВАННЯ НІМЕЦЬКОЇ МОДЕЛІ ФІНАНСОВОГО РИНКУ

В сучасних умовах неможливо недооцінити важливість всебічно розвинуеного фінансового ринку, що виконує всі покладені на нього функції в

повному обсязі. Особливо це проявляється в умовах глобалізації та конвергенції фінансових ринків на регіональному рівні. Яскравим прикладом виступає єдиний фінансовий простір Європейського Союзу, його інститути та принципи функціонування. Але саме в цих умовах найбільше проявляються особливості національних фінансових ринків, що можуть не лише гальмувати інтеграційні процеси, а й взагалі їх унеможливити. Це визначає важливість розуміння специфіки національної моделі фінансової системи та передумови її еволюції. Німецька економіка є не лише «локомотивом» Європейського Союзу, а й вважається однією з провідних економік світу, еталоном реформ для багатьох країн, що розвиваються. Оскільки Україна вибрала європейський шлях розвитку, дуже важливим є вивчення витоків формування німецької моделі фінансового ринку як еталону.

На сучасному етапі з позиції теорії та практики у системі світового ринкового господарства виділяють чотири основні типи моделей фінансових систем: банкоцентричну, ринково орієнтовану, змішану та ісламську [1, С. 6]. Банкоцентрична модель має багато назв: банківська, континентальна, європейська, німецька тощо. Також існує думка, що німецька модель фінансової системи притаманна майже усім країнам континентальної Європи, Японії, Індії та Індонезії, що свідчить про досить умовний підхід до моделювання [2]. Однак, взірцем банкоцентричної моделі виступає німецька фінансова система.

Визначимо головні ознаки німецької моделі: стабільне домінування банківського кредитування в структурі фінансування підприємств; зрощування акціонерного та банківського капіталу; низький показник free float на фондовому ринку; концентрація власності у середніх та великих акціонерів при значному їх перехресному володінні; інсайдерська модель корпоративного управління.

Формування базису будь-якого фінансового ринку (як складової фінансової системи) залежить не лише від поточних інституціональних чинників, а й від історичних передумов. Саме історичні фактори визначають сучасне сприйняття та структуру фінансових інструментів, схильності до ризику, принципи корпоративного управління, що є дуже мало досліджуваним в сучасній науковій літературі. Тому проаналізуємо, яким чином історія Німеччини (та держав, що існували на її сучасній території) вплинула на формування її сучасної моделі фінансового ринку. Вся історія Німеччини - це історія нескінченної гонитви за лідером, при цьому перегони що століттями не завершувались успіхом.

Бурхливий розвиток банківської справи у німецьких князівствах відбувся у 15-16 ст. та був зумовлений двома головними чинниками: величезні амбіції феодалів та обсяги видобутку срібла досягли загальноєвропейських розмірів. Це дозволило:

- феодалам витрачати величезні боргові кошти для утримання армії та купівлі предметів розкоші;
- феодалам повертати борги за рахунок видобутих надр;
- торговельно-банківським будинкам Фуггерів, Вельзерів, Гахштеттерів, Баумгартенов, які позичали численних феодалів під заставу їхніх надр, дуже активно розвиватись та розширювати свою присутність в інших країнах.

Розвиток фінансових інструментів відбувався повільно з огляду на декілька чинників: бюргери негативно ставилися до спекулятивних операцій, що в той час мали форму продажу духовних посад, стягування податків і т.ін.; відсутність колоніальної торгівлі; жорстка система класових привілеїв. Саме це заклало фундамент сучасної німецької фінансової системи.

Ще одним важливим фактом, що вплинув на формування німецької моделі фінансового ринку, була епоха грюндерства початку 1870-х рр. Вона призвела до масового неупорядкованого створення низки акціонерних товариств, страхових та транспортних компаній, банків, торгових контор, виставкових центрів тощо [3, С. 19]. За період 1800-1870 рр. на територіях Німецької імперії було засновано всього 500 акціонерних товариств, за період 1870-1875 рр. виникло вже 950 нових акціонерних товариств. Нестача капіталу зробила грюндерство в цей період особливо бурхливим, а створені компанії особливо нестійкими. Характерною особливістю стало безпосереднє залучення до грюндерства представників органів влади, мілітаризація економіки зробила промислові підприємства виключно залежними від військових замовлень. Все це супроводжувалось неконтрольованою емісією цінних паперів, біржовими спекуляціями, створенням підставних компаній, низкою фінансових шахрайств [4]. Таким чином з'явилось сприйняття акціонерних товариств як ненадійного, сумнівного та корумпованого підприємництва.

Нарешті, після закінчення епохи грюндерства, почалась епоха монополістичних об'єднань у формі картелів. За період 1879-1890 рр. їх кількість збільшилась з 14 до 210 [5]. Ці об'єднання були дуже мобільними, як за часом свого існування, так і за складом та кількістю учасників. Ця мобільність складу монополій, постійна боротьба за перспективні компанії, ризик втрати контролю над підприємством, стали однією з причин того, що німецькі підприємці дуже обережно ставилися до емісії акцій, що можна спостерігати і зараз. Ще одним наслідком монополізації стала традиція емісії корпоративних облігацій як альтернатива банківському кредитуванню в умовах нестійкої банківської системи. Концентрація також відбувалась і в банківській сфері, до 1913 р. поступово сформувалось 5 банківських груп [5].

Схильність до монополізації та зрощування промислового та банківського капіталу знову проявилась під час фашистського режиму. Німеччина під час Другої світової війни була єдиною Західною країною, яка у своїх кредитних справах повністю відмовилася від використання цінних паперів у вигляді акцій. Таку відмову високопосадовці пояснили необхідністю у звільненні більшої частини банківських працівників та економією на витратах обігу. Від простого зберігання цінних паперів, у 1940 р. перейшли до обліку зібраних цінних паперів, при якому акціонерні банки мали право переводити державні боргові зобов'язання на своє ім'я [6]. Після поразки Німеччини на Потсдамській конференції біло прийняте рішення щодо децентралізації економіки Німеччини. Однак, вже починаючи з 1950-х рр. економіка країни знову повертається до концентрації капіталу. Наприкінці 1958 р. 14 найбільших груп монополістів об'єднали капітал в розмірі 21 млрд марок, що дорівнювало 79% всього акціонерного капіталу Західної Німеччини. Приблизно 100 сімей займали керівні

позиції в провідних промислових монополіях та банках, що свідчить про формування інсайдерської моделі корпоративного управління [7, С. 465-466].

Зазначимо, що даний перелік чинників формування німецької моделі фінансового ринку не є вичерпним та дає простір для подальших досліджень. Але ці фактори є взаємопов'язаними та взаємозалежними, формуючи уявлення не лише про історичні події, а й про перспективи розвитку національних фінансових систем за німецькою моделлю.

Перелік використаних джерел:

1. Король М.М. Сутність та особливості функціонування моделей фінансових систем в умовах глобалізації. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. Серія: Економіка і управління. Том 31 (70). № 4. 2020. С. 5-9. DOI: <https://doi.org/10.32838/2523-4803/70-4-2>

2. Лук'янець О. В. Особливості моделей фінансових систем. *Торгівля, комерція, підприємництво*: зб. наук. пр. Львів : Львівська комерційна академія, 2013. Вип. 15. 210 с. С. 75–79. URL: http://journals-lute.lviv.ua/journal/15_2013/18.pdf (дата звернення 15.01.2024)

3. Бонвеч Б., Галактионов Ю. История Германии : в 3 т. Т. 2: От создания Германской империи до начала XXI века. М. 2008. 672 с.

4. Боднарчук Т., Свідер О. «Політико-економічна доктрина формування національної економіки: з історії розвитку німецької держави». *Економіка та суспільство*. 2023. (50). DOI: 10.32782/2524-0072/2023-50-2.

5. Harding Ch. , Joshua J. Cartels in Europe, 1870–1945: Das Kartellproblem. DOI: <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199551484.003.0004>

6. Крозиг Л. Как финансировалась Вторая мировая война. М.: АСТ; СПб.: Полигон. 1998. 528 с.

7. Германская история в новое и новейшее время. Том 2. Под ред. Сказкин С.Д. и др.; Изд-во: М.: Наука, 1970 г. 582 с.

Ірина Чайка

Західноукраїнський національний університет,
м. Тернопіль

УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ТА СТРАХУВАННЯ В МІЖНАРОДНИХ СПІЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ У ВІДНОВЛЮВАНІЙ ЕНЕРГЕТИЦІ

Управління ризиками та страхування в міжнародних спільних підприємствах у сфері відновлюваної енергетики є ключовими аспектами успішної діяльності в цій галузі. Відновлювана енергетика є однією з найбільш зростаючих галузей у світі, але вона пов'язана зі значними ризиками, які можуть вплинути на фінансову стабільність та розвиток підприємств, оскільки, ризики відновлюваної енергетики можуть включати в себе непередбачувані зміни в законодавстві щодо енергетики та екології, зміни у підтримці від держави та коливання в цінах на енергоресурси. Такі фактори можуть серйозно підірвати

прибутковість та стабільність підприємства. Управління цими ризиками включає в себе аналіз та оцінку потенційних загроз, розробку стратегій для їх зменшення та впровадження заходів щодо мінімізації впливу негативних подій.

Страховання виступає як додатковий захист проти ризиків, пов'язаних зі змінами у законодавстві, технологічними збоями, природними катастрофами та іншими непередбачуваними подіями. При цьому підприємства можуть страхувати свої активи, виробництво та відповідальність від можливих збитків. Це дозволяє зменшити фінансові втрати в разі негативних подій та забезпечити стабільність бізнесу. Загалом, ефективне управління ризиками та використання страхування є критичними елементами успішного функціонування міжнародних спільних підприємств у секторі відновлюваної енергетики [1]. Підприємства повинні постійно оцінювати свій ризик-профіль та адаптувати свої стратегії та політики страхування відповідно до змін на ринку та у законодавстві, щоб забезпечити стабільність та сталість у своїй діяльності.

Управління ризиками та страхування в міжнародних спільних підприємствах у сфері відновлюваної енергетики також включає в себе аналіз та управління фінансовими ризиками. Одним з основних фінансових ризиків для таких підприємств є валютний ризик, пов'язаний з коливанням валютних курсів. Зміни в курсах валют можуть значно вплинути на вартість інвестицій та операційні витрати, особливо якщо підприємство працює в кількох країнах з різними валютами. Для зменшення цього ризику підприємства можуть використовувати фінансові інструменти, такі як валютні ф'ючерси та опціони, а також укладати угоди з обміну валют.

Підприємства відновлюваної енергетики також стикаються з технологічними ризиками, пов'язаними з нестабільністю та обмеженістю технологій в цій галузі. Нові технології можуть виявитися неефективними або непридатними для практичного застосування, або ж можуть бути недостатньо розвинутими для широкого масштабу виробництва. Для зменшення цього ризику підприємства повинні проводити детальні дослідження та тестування перед впровадженням нових технологій, а також розробляти альтернативні плани дії у разі невдачі. Природні катастрофи та екологічні чинники також можуть становити значний ризик для міжнародних спільних підприємств у відновлюваній енергетиці [2]. Такі події можуть призвести до знищення інфраструктури, збитків для навколишнього середовища та перерв у виробництві, що може суттєво позначитися на фінансовому стані підприємства. Для зменшення цього ризику підприємства можуть укладати страхові поліси на випадок природних катастроф та екологічних аварій, а також вживати заходів для запобігання та мінімізації впливу таких чинників.

Додатково, управління ризиками та страхування в міжнародних спільних підприємствах у сфері відновлюваної енергетики включає аспекти пов'язані з політичними ризиками. Політичні зміни, включаючи зміни в правовому регулюванні, податкові реформи та геополітичні конфлікти, можуть значно вплинути на умови діяльності підприємств у цій галузі [3]. Наприклад, введення нових обмежень на використання альтернативних джерел енергії або зміни

відомчої політики щодо субсидій можуть вплинути на рентабельність та конкурентоспроможність відновлюваних енергетичних проєктів.

Управління ризиками включає в себе також забезпечення безпеки праці та здоров'я працівників, а також забезпечення дотримання екологічних стандартів та відповідність нормам сталого розвитку. Недотримання цих вимог може призвести до штрафів, судових справ, збитків для репутації та інших негативних наслідків для підприємства. Тому підприємства повинні мати ефективні системи управління якістю та середовищем, а також вести постійний моніторинг та аудити, щоб впевнитися у виконанні всіх необхідних вимог [4].

Управління ризиками та страхування в міжнародних спільних підприємствах у сфері відновлюваної енергетики є важливою складовою стратегічного управління, оскільки ця галузь є однією з найбільш динамічних та швидкозмінних в сучасному світі. Основні виклики та стратегії управління ризиками в таких підприємствах включають:

- аналіз ризиків: першим кроком управління ризиками є ідентифікація, аналіз та оцінка потенційних загроз. Для цього підприємства проводять комплексний аналіз зовнішнього середовища, внутрішніх факторів та особливостей ринку відновлюваної енергетики;

- диверсифікація портфеля проєктів: щоб зменшити ризик концентрації, підприємства можуть розглядати можливості диверсифікації свого портфеля проєктів за типами відновлюваної енергії, регіонами та технологіями;

- управління фінансовими ризиками: валютний ризик, відсоткові ризики та ризики зміни цін на енергоносії є серйозними факторами, що впливають на фінансову стабільність підприємств. Управління цими ризиками включає в себе використання фінансових інструментів, таких як ф'ючерси та опціони, а також активне управління валютними позиціями;

- технологічні ризики та інновації: швидкий темп розвитку технологій у сфері відновлюваної енергетики створює як можливості, так і ризики для підприємств. Управління цими ризиками вимагає впровадження механізмів контролю за технологічними інноваціями та стратегій для швидкого адаптування до нових тенденцій;

- страхування: є важливим інструментом для захисту підприємства від ризиків, пов'язаних зі збитками, спричиненими природними катастрофами, технологічними збоями, політичними ризиками та іншими негативними подіями;

- управління політичними та регуляторними ризиками: зміни в законодавстві, політиці та регуляторному середовищі можуть суттєво вплинути на діяльність підприємства. Ефективне управління цими ризиками передбачає регулярний моніторинг законодавчих змін та розвиток відповідних стратегій реагування.

Загалом, управління ризиками та страхування в міжнародних спільних підприємствах у сфері відновлюваної енергетики вимагає інтегрованого підходу та постійного аналізу зовнішнього середовища. Підприємства повинні бути готовими до непередбачуваних подій та активно впроваджувати стратегії та заходи для зменшення ризиків і забезпечення сталого розвитку.

Варто також звернути увагу на соціальні ризики, які пов'язані з відносинами місцевих громад та стейкхолдерів. Підприємства відновлюваної енергетики часто здійснюють свою діяльність у віддалених або районах, що розвиваються де місцеві громади можуть бути чутливими до змін в їхньому оточенні [5]. Ефективне управління цими ризиками передбачає партнерство з місцевими громадами, виконання соціальних програм та взаємодію зі зацікавленими сторонами з метою забезпечення довгострокової сталості та прийняттям позитивних рішень для всіх сторін.

У кінцевому підсумку, управління ризиками та страхування в міжнародних спільних підприємствах у сфері відновлюваної енергетики вимагає комплексного підходу та постійного оновлення стратегій та політик. Підприємства повинні бути готові до непередбачуваних подій та активно працювати над зменшенням ризиків, щоб забезпечити стабільність, сталість та успішний розвиток у сучасному конкурентному середовищі.

Перелік використаних джерел:

1. Phoumin, H., Taghizadeh-Hesary, F., Kimura, F. Green Finance and Renewable Energy in ASEAN and East Asia. Taylor & Francis. Unlimited. 2023.
2. Ahmad, A. A., Suharko, A. B. Comparative Analysis of the Efficiency of the Top Ten Conventional Joint Venture Life Insurance Companies in Indonesia in the Period Before and During the Covid-19 Pandemic Using the Data Envelopment Analysis Method. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital. 2023. № 2(3), 899-914.
3. SEN, Ishita. Regulatory limits to risk management. The Review of Financial Studies. 2023. № 36 (6). 2175-2223.
4. Gatti, Stefano. Project finance in theory and practice: designing, structuring, and financing private and public projects. Elsevier. 2023.
5. Younis, I., Shah, W. U., Missaoui, I., Tang, X. Exploring interconnectedness between climate change, renewable energy, technological innovation, and G-17 banking stock markets. Journal of Cleaner Production. 2024. 141667.

Дмитро Доброводський, Максим Живко
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ФРАГМЕНТАЦІЯ РИНКІВ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ТНК

Фрагментація ринків є ключовим феноменом у сучасній глобальній економіці, який відображає різноманітність умов та уподобань споживачів у різних країнах та регіонах. Цей явище є результатом культурних, легіслятивних, географічних та економічних різниць між ринками у різних частинах світу. Фрагментація ринків впливає на способи ведення бізнесу та вимагає від компаній адаптації своїх стратегій та підходів до кожного конкретного ринку. У цьому контексті розуміння фрагментації ринків та її впливу на підприємства є

важливим для розробки успішних стратегій управління та досягнення конкурентної переваги.

Фрагментація ринків – це феномен, який визначається роз'єднаністю та різноманітністю ринків у різних країнах та регіонах. У сучасному світі, де глобалізація та цифрова трансформація відіграють ключову роль у економічному розвитку, фрагментація ринків стає значущим фактором, що впливає на діяльність транснаціональних корпорацій (ТНК) [1]. Вона виникає внаслідок різноманітності культур, законодавства, побутових умов та споживчих уподобань у різних країнах та регіонах. Це явище створює необхідність для ТНК розробляти глобальні стратегії управління, що дозволяють ефективно функціонувати в умовах глобального ринку.

Одним з ключових аспектів фрагментації ринків є різноманітність культурних уподобань та споживчих звичок у різних країнах. Товари та послуги, які успішно продаються в одних культурних областях, можуть бути абсолютно неприйнятними або недоцільними в інших. Це ставить перед ТНК завдання розробки гнучких стратегій маркетингу та адаптації продуктів до місцевих умов. Фрагментація ринків також відображається у складності регулюючого законодавства. Кожна країна має свої власні правила та стандарти, які регулюють ринкову діяльність. Це ставить перед ТНК завдання забезпечення відповідності своїх операцій місцевому законодавству.

Проте, замість того, щоб бачити фрагментацію ринків як перешкоду, ТНК можуть використовувати її як можливість для розвитку глобальних стратегій управління. Одним із підходів є створення гнучких систем управління, які дозволяють адаптуватися до місцевих умов та вимог, зберігаючи при цьому загальний стратегічний напрямок корпорації [2].

Фрагментація ринків має суттєвий вплив на стратегії управління транснаціональними корпораціями. Вона вимагає від корпорацій гнучкості, інновацій та адаптивності, але водночас надає нові можливості для розвитку та виходу на нові ринки. Для успішного функціонування у такому середовищі ТНК повинні постійно аналізувати ринкові умови, розробляти стратегії адаптації та використовувати передові технології управління.

Фрагментація ринків, яка виникає через різноманітність культурних, правових, економічних та географічних умов у різних країнах, створює складні виклики для транснаціональних корпорацій (ТНК). Відповідно, стратегії управління ТНК повинні бути адаптивними та гнучкими, щоб ефективно функціонувати в умовах глобального ринку (Табл. 1). Фрагментація ринків вимагає від ТНК розробки та впровадження глобальних стратегій управління, які дозволяють ефективно функціонувати в умовах глобального ринку та використовувати можливості

Детальний аналіз впливу фрагментації ринків на стратегії управління ТНК:
- культурні відмінності: фрагментація ринків відображається у різноманітності культурних уподобань та споживчих звичок у різних країнах та регіонах. Наприклад, товар або послуга, яка є популярною в одній культурній області, може бути абсолютно непринятною або непопулярною в іншій. Тому для ТНК важливо розробляти гнучкі маркетингові стратегії, які враховують

культурні особливості кожного ринку та дозволяють адаптувати продукти або послуги до місцевих умов;

Таблиця 1

Вплив фрагментації ринків на стратегії управління ТНК

Аспекти	Фрагментація ринків	Стратегії управління ТНК
Культурні відмінності	різноманіття культурних уподобань та споживчих звичок;	адаптація маркетингових стратегій та продуктів до місцевих умов;
Легіслативні обмеження	складності в адаптації до різноманітності законодавства;	забезпечення відповідності місцевому законодавству та стандартам;
Географічні умови	різниця у географічному розташуванні та регіональних особливостях;	розробка глобальних стратегій, що поєднують стандартизацію та адаптацію;
Порівняльний аналіз фрагментації ринків та стратегій управління ТНК		
Характеристика	Фрагментація ринків	Стратегії управління ТНК
Означення	роз'єднаність та різноманітність ринків в різних країнах;	процес розробки та впровадження стратегій управління;
Причини	культурні, правові, економічні та інші відмінності між країнами;	потреба в адаптації до різноманітності ринків та збереження конкурентоспроможності;
Виклики	складності в адаптації маркетингу та продуктів;	потреба в забезпеченні відповідності місцевому законодавству та управлінні складністю глобальних операцій;
Можливості	збільшення споживчого потенціалу через адаптацію продуктів;	використання розмаїття культур та ринкових умов для інновацій та розвитку нових ринків.

- легіслативні обмеження: у кожній країні існують власні правила та стандарти, які регулюють ринкову діяльність. Це може включати податкові норми, правила торговельного обміну, стандарти якості та безліч інших вимог. Тому ТНК зобов'язані дотримуватися місцевого законодавства в кожній країні, де вони діють. Це створює великі виклики для управління ТНК, оскільки вони повинні постійно оновлювати свої практики та процедури відповідно до законодавства кожної конкретної країни;

- географічні умови: фрагментація ринків також відображається у географічних особливостях різних регіонів. Кожен регіон має свої унікальні характеристики, такі як кліматичні умови, рівень розвитку інфраструктури та доступність ресурсів. Це означає, що ТНК повинні розробляти стратегії управління, які враховують ці різноманітності та дозволяють ефективно взаємодіяти з місцевими ринками.

Вплив стратегій управління ТНК на реагування на фрагментацію ринків:

- адаптація та локалізація: ТНК можуть використовувати стратегії адаптації та локалізації, щоб пристосувати свої продукти або послуги до місцевих умов. Це може включати зміни в упаковці, маркуванні, ціноутворенні

та навіть функціональності продукту або послуги для кожного конкретного ринку;

- стандартизація: з іншого боку, деякі ТНК вибирають стратегію стандартизації, де їхні продукти або послуги залишаються незмінними на всіх ринках. Це дозволяє знизити витрати на дослідження та розробку, а також сприяє підвищенню узгодженості бренду на всій глобальній платформі;

- інновації: іноді фрагментація ринків може стимулювати ТНК до інноваційних рішень. Вони можуть розробляти нові продукти або послуги, які задовольняють унікальні потреби різних ринків або створюють нові можливості для розвитку [3].

Фрагментація ринків є невід'ємною частиною глобальної економіки та впливає на стратегії управління ТНК. Відповідно, успішне управління вимагає гнучкості, інновацій та постійного аналізу ринкових умов. ТНК повинні активно реагувати на ці виклики, розробляючи стратегії, які враховують культурні, легіслятивні та географічні відмінності для досягнення успіху на глобальному ринку.

Фрагментація ринків представляє собою складний процес, який суттєво впливає на стратегії управління транснаціональних корпорацій (ТНК). Цей явище може бути спричинене різноманітністю культур, законодавства, економічних умов та споживчих уподобань у різних країнах та регіонах. Підприємства, що діють на глобальному ринку, зіткнуться з викликами, такими як неоднаковість вимог та стандартів, різноманітність місцевих ринків, складність управління глобальними операціями та необхідність постійної адаптації до змін у місцевих умовах.

Проте, разом із викликами фрагментації ринків, з'являються й нові можливості. ТНК можуть використовувати різноманітність культурних та ринкових умов для інновацій та розвитку нових продуктів та послуг. Наприклад, адаптація товарів та маркетингових стратегій до місцевих особливостей може сприяти підвищенню споживчого попиту і збільшенню обсягів продажів. Крім того, фрагментація ринків може спонукати компанії до пошуку нових ринків та інвестицій у вигідні галузі.

Однак, успішна реалізація стратегій управління в умовах фрагментації ринків вимагає від ТНК гнучкості, інновацій та стратегічного планування. Компанії повинні вміло поєднувати глобальну стандартизацію з локальною адаптацією, щоб забезпечити ефективність своєї діяльності на різних ринках. Крім того, важливо використовувати новітні цифрові технології для оптимізації управління глобальними операціями та аналізу ринкових умов.

У цілому, фрагментація ринків є не тільки викликом, але й стимулом для інновацій та розвитку для ТНК. Шляхом поєднання гнучких стратегій управління та використання новітніх технологій, компанії можуть ефективно використовувати цей феномен для підвищення своєї конкурентоспроможності і забезпечення стабільного росту на глобальному ринку.

Перелік використаних джерел:

1. Reurink, A., Garcia-Bernardo, J. Competing for capitals: the great fragmentation of the firm and varieties of FDI attraction profiles in the European Union. *Review of International Political Economy*. 2021. № 28(5). 1274-1307.
2. Huang, G., Liang, Y., Zhao, Z. Understanding market competition between transportation network companies using big data. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*. 2023. № 178. 103861.
3. Ietto-Gillies, G. The importance of being transnational. *Critical Perspectives on International Business*. 2023. № 19(4). 511-522.

Катерина Мацук

Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ТЕНДЕНЦІЇ ТОРГІВЛІ ТОВАРАМИ МІЖ КРАЇНАМИ-ЧЛЕНАМИ ЄС

У сучасному глобальному світі, де існує можливість отримувати товари із будь-якої частини світу, країни Європейського Союзу (ЄС) створюють сприятливі умови для учасників ринку всередині союзу, тим самим дбаючи про розвиток як окремих економік країн-членів, так і загального економічного росту в межах Європейської економічної зони.

Європейська економічна зона (European Economic Area. EEA) – внутрішній єдиний ринок, який забезпечує чотири основні свободи – вільне пересування товарів, послуг, людей та капіталу. Вважається, що кожна країна, яка долучається до ЄС, повинна підписати угоду про приєднання до ЕЕА. [1]

Розглядаючи окремо країни (рис. 1), бачимо, що у 2022 найбільшими експортерами всередині ЕЕА є Чехія, Люксембург та Словаччина.

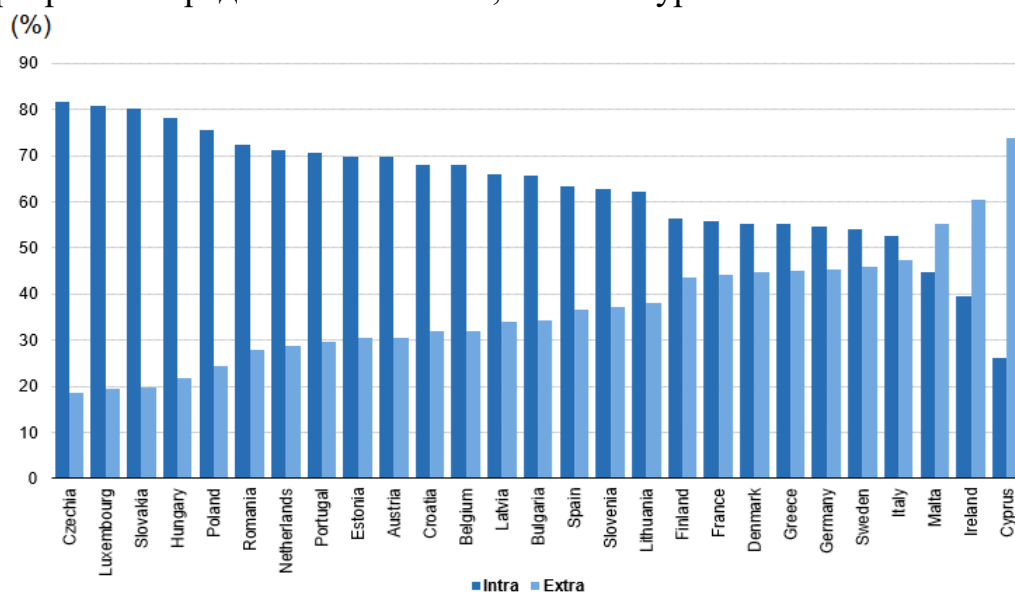


Рис 1. Експорт товарів всередині та за межами ЄС, 2022р [2]

Водночас Мальта, Ірландія та Кіпр є тими країнами, чий експорт всередині ЄС (Intra-EU) є нижчим за експорт за його межами (Extra-EU). Це може бути спричинено їх місцем розташування – острівні країни, які знаходяться відносно скраю обраного регіону. Таким чином, їх експорт направлений в ті країни-партнери, що є ближче, або ті, в які мають порт

За даними Євростату, Німеччина є найбільшим імпортером для 18 з 27 країн і входить в топ-3 імпортера для ще 6 країн [2]. Цікавим також залишається і те, що її експорт теж є найбільшим всередині ЄС. Це вкотре доводить, що Німеччина є однією з головних економік Євросони та займає її більшу частку. Таку позицію вона виграла завдяки чудовій геополітиці та стратегічному економічному розвитку.

Позитивну динаміку показують такі країни, як Болгарія, Латвія, Литва і Польща, чий середній річний приріст в експорті коливається від 10%. Інший рух помітно в експорті Франції – серед усіх країн ЄС її середній річний приріст в експорті між 2002 та 2022 роками є найнижчим із показником у 2,6% (табл. 1).

Таблиця 1

Експорт товарів всередині ЄС 2002-2022рр [2]

	2002	2022	Середній річний приріст (%)
Бельгія	152	413	5,1%
Болгарія	4	32	11,3%
Чехія	33	188	9,1%
Данія	37	68	3,1%
Німеччина	363	863	4,4%
Естонія	3	15	8,6%
Ірландія	39	80	3,6%
Греція	7	30	7,6%
Іспанія	87	253	5,5%
Франція	196	330	2,6%
Хорватія	3	17	8,2%
Італія	148	330	4,1%
Кіпр	0	1	8,9%
Латвія	2	15	11,9%
Литва	3	28	11,5%
Люксембург	9	13	2,1%
Угорщина	30	113	6,9%
Мальта	1	1	2,9%
Нідерланди	182	660	6,6%
Австрія	60	140	4,4%
Польща	34	260	10,8%
Португалія	20	55	5,3%
Румунія	10	67	9,9%
Словенія	8	42	8,4%
Словаччина	14	83	9,5%
Фінляндія	25	46	3,2%
Швеція	44	102	4,3%

Враховуючи, що середній річний приріст є більшим нуля для усіх країн, можемо зробити висновок, що ЕЕА створила сприятливі та безпечні умови для

внутрішнього виробника, а також заохочує нових гравців виходити на ринок усього регіону, а не лише свій локальний.

Враховуючи, що середній річний приріст є більшим нуля для усіх країн, можемо зробити висновок, що ЕЕА створила сприятливі та безпечні умови для внутрішнього виробника, а також заохочує нових гравців виходити на ринок усього регіону, а не лише свій локальний.

На нашу думку, дані вище згаданої таблиці можуть забезпечити розуміння темпів розвитку економік в Європейській економічній зоні та допомогти спрогнозувати головних експортерів на наступні 10 років. Такими гравцями будуть Німеччина, Нідерланди та Бельгія як сучасні топ-3, країни Балтії, Чехія, Румунія та Польща як країни, чиє приєднання відбулось після 2004 року. Вступ до ЄС, вигідне геополітичне розташування (ресурси та країни-сусіди), інвестиції Західних партнерів та дешевша кваліфікована робоча сила – усі ці фактори забезпечують їх стрімкий економічний ріст та можливість зайняти основні позиції в Європейській економічній зоні.

Перелік використаних джерел:

1. EEA Agreement. European Free Trade Association. European Free Trade Association. URL: <https://www.efta.int/eea/eea-agreement>.

2. Language selection. European Commission. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/images/8/81/Intra-EU_update_March_2023.xlsx.

3. Total annual trade in goods between European Union member states from 2002 to 2022, by product category. Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/1375025/eu-internal-trade-total-trade-product-categories/>.

4. Annual share of goods exports within the European Union, by member state from 2002 to 2021. Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/1372938/eu-internal-trade-share-member-states/>

Дмитро Степанчук, Максим Живко
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

РЕФОРМИ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В КОНТЕКСТІ ЕКОНОМІЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ У АРАБСЬКИХ КРАЇНАХ

Корпоративне управління відіграє ключову роль у забезпеченні стабільності та ефективності економічних систем країн по всьому світу. В арабських країнах, які переживають період інтенсивних економічних трансформацій, питання модернізації корпоративного управління набуває особливої актуальності. Зміни, що відбуваються в регіоні, стимулюють перегляд традиційних підходів до управління компаніями, адаптацію до глобальних стандартів, а також впровадження новітніх технологій і практик.

Корпоративне управління в арабських країнах традиційно характеризується сильним впливом сімейних власників та держави. Багато компаній перебувають під контролем сімей, які передають управлінські позиції з покоління в покоління, часто обмежуючи вплив зовнішніх акціонерів та інших зацікавлених сторін. Держава, в свою чергу, має вирішальний вплив на економіку через великі державні підприємства в ключових секторах, таких як нафта і газ, телекомунікації та банківський сектор [1].

З огляду на необхідність диверсифікації економіки та залучення іноземних інвестицій, арабські країни розпочали ряд економічних та регуляторних реформ. Впровадження міжнародних стандартів корпоративного управління, таких як прозорість фінансової звітності, захист прав акціонерів, та ефективна робота правління, стає важливим кроком на шляху до залучення інвестицій і підвищення конкурентоспроможності національних компаній.

Основні напрями реформ корпоративного управління:

- прозорість та підзвітність: акцент робиться на покращенні якості фінансової звітності та забезпеченні доступу до інформації для всіх зацікавлених сторін;

- роль правління: зміцнення ролі рад директорів у стратегічному управлінні компанією, забезпечення незалежності членів правління та їх відповідальності перед акціонерами;

- інновації та технологічний розвиток: інтеграція новітніх технологій у процеси управління та виробництва, стимулювання інноваційної активності та підтримка стартапів.

Незважаючи на значний прогрес у реформуванні корпоративного управління, арабські країни все ще стикаються з рядом викликів. Це включає опір змінам з боку традиційних сімейних власників, необхідність подолання бюрократичних бар'єрів, а також адаптацію до швидких змін в глобальній економіці та технологіях [2]. Водночас, поступове впровадження реформ створює потенціал для розвитку прозорого та ефективного корпоративного управління, здатного привабити іноземні інвестиції та стимулювати економічне зростання.

Глобалізація значною мірою впливає на корпоративне управління в арабських країнах, зокрема через посилення інтеграції регіональних компаній у світовий економічний простір. Адаптація до міжнародних стандартів корпоративного управління та звітності стає необхідною умовою для залучення іноземних інвестицій. Це, в свою чергу, спонукає арабські компанії до впровадження більш прозорих та відповідальних практик управління, включно з поліпшенням корпоративної культури, вдосконаленням систем внутрішнього контролю та управління ризиками [3].

Технологічний розвиток грає ключову роль у трансформації корпоративного управління. Цифровізація та інновації відкривають нові можливості для оптимізації управлінських процесів, підвищення ефективності операцій та поліпшення взаємодії з акціонерами та іншими зацікавленими сторонами. Впровадження сучасних ІТ-систем, блокчейн технологій для забезпечення прозорості та безпеки трансакцій, а також розробка мобільних

додатків для зручності акціонерів є прикладами, як технології можуть сприяти реформам у сфері корпоративного управління.

Соціальна відповідальність бізнесу (CSR) стає все більш важливою складовою корпоративного управління. Арабські компанії починають усвідомлювати, що відповідальне ставлення до суспільства, екології та етичні стандарти ведення бізнесу можуть значно підвищити їх репутацію та конкурентоспроможність. Ініціативи, спрямовані на підтримку місцевих громад, інвестиції в екологічні проєкти, а також забезпечення рівних можливостей для працівників є ключовими аспектами CSR, які все частіше втілюються в життя.

Розвиток управлінської освіти та підготовка кваліфікованих кадрів відіграють важливу роль у підвищенні рівня корпоративного управління. Програми MBA, спеціалізовані курси з корпоративного управління, а також професійні семінари та тренінги допомагають формувати нове покоління менеджерів, готових застосовувати сучасні підходи та методи управління.

Реформи корпоративного управління в арабських країнах є складним та багатогранним процесом, який вимагає злагодженої роботи урядів, бізнесу та громадянського суспільства. Проте, успішна реалізація цих реформ здатна не тільки сприяти економічному зростанню, але й забезпечити більш стабільне та справедливе суспільство.

Завершуючи аналіз реформ корпоративного управління в контексті економічних трансформацій в арабських країнах, можна відзначити, що цей процес має глибокий вплив на розвиток національних економік регіону. Сучасний етап трансформацій відкриває нові можливості для підвищення ефективності управління, залучення іноземних інвестицій, а також інтеграції арабських країн у світову економіку [4].

Реформи корпоративного управління в арабських країнах набувають особливої важливості на тлі глобальних економічних викликів і змін. Вони сприяють створенню стабільного і прозорого бізнес-середовища, зменшують ризики для інвесторів та покращують загальну інвестиційну привабливість регіону.

Проте, реформування корпоративного управління зіштовхується з рядом викликів, зокрема, з необхідністю подолання культурних та інституційних бар'єрів, а також зміцнення правової системи для захисту прав акціонерів та інших зацікавлених сторін. Адаптація до міжнародних стандартів вимагає значних зусиль з боку усіх учасників ринку.

Перспективи корпоративного управління в арабських країнах виглядають оптимістично з огляду на посилення ролі цифровізації та інновацій, що можуть сприяти подальшому вдосконаленню управлінських практик. Також, зростаючий інтерес до сталих інвестицій та соціально відповідального бізнесу може стимулювати арабські компанії до впровадження більш прозорих та ефективних моделей корпоративного управління.

Завдяки цим реформам, арабські країни мають потенціал не тільки для підвищення ефективності внутрішнього управління компаніями, але й для активнішої участі в глобальному економічному співтоваристві. Це, в свою чергу,

сприятиме довгостроковому економічному зростанню та соціальному прогресу в регіоні.

Перелік використаних джерел:

1. Alfordy, F. D., Othman, R. Legal Challenges Towards Achieving Corporate Governance Transformations in Emerging Economies—Minority Shareholders' Rights Protection: The Case of Saudi Arabia. *European Business Organization Law Review*. 2022. № 23(4). 997-1023.

2. Al Khabouri, F. Contextualising the development of the accounting profession and corporate governance in Oman: A Northian institutional approach (Doctoral dissertation, University of Southampton). 2023.

3. Hassaan, M., Salah, W. Corporate governance, financial transparency and currency devaluation shocks: evidence from Egypt. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*. 2023. № 23(6). 1251-1267.

4. Sleiman, A. E. H. The dynamics of the right to social protection in the arab region: exploring the role of the state in changing times. 2023.

Олександр Сохацький
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

НЕРІВНІСТЬ ЯК НАСЛІДОК ГЛОБАЛІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН ТА ЗАГРОЗА ГЛОБАЛЬНІЙ БЕЗПЕЦІ

Останні десять років Індекс глобальної безпеки невпинно зростає. Світ балансує на грані Третьої світової війни. У 2023 році на планеті зафіксовано 183 військових конфлікти та дві повномасштабні війни росії проти України та Ізраїлю проти ХАМАС.

Глобалізація та міжнародна інтеграція економік світу призвела до становлення світового порядку, який не сприймається багатьма країнами світу, зокрема ісламського світу та країнами Африки. Нерівність економічного розвитку спостерігається не лише між країнами колективного Заходу та Глобального Півдня, але й у середині багатих країн стрімко зростає різниця між доходами громадян, прошарок середнього класу суттєво скорочується.

Сьогодні серед наукової та політичної спільноти є спільне розуміння нерівності та бідності як загрози глобальній безпеці. Що ж пішло не так у здійсненні міжнародних відносин через домінуючі парадигми глобалізації, інтернаціоналізації та відкритості через лібералізацію торгівлі?

У Європі та Азії після падіння Берлінського муру переходом країн до ринкової економіки займалися міжнародні фінансові організації – МВФ та Світовий банк. Вони надавали дешеві кредити в обмін на проведення приватизації, зниження мит та захист прав власності. Неформальним лідером глобалізації стали Сполучені Штати. Ця країна не тільки просуvala ліберальні реформи та відкривала свої ринки для інших країн, а й виступала в ролі світового

поліцейського. Армія США гарантувала безпеку ланцюгів постачань та інвестицій своїх партнерів по всій земній кулі. США та їх союзники вирішили так пов'язати економіки, аби війни стали не вигідними, а спільно створені блага ставилися вище за будь-які суперечки. Взаємне відкриття кордонів почалося у 1947 році, коли 23 країни підписали Генеральну угоду з тарифів і торгівлі. Тоді держави зробили одна одній 45 тис. поступок у сфері торгівлі на 10 млрд дол. або на 20% світового товарообігу [1].

Після 1995 році відбулася трансформація угоди у Світову організацію торгівлі (СОТ). Саме тоді глобалізація стала дійсно глобальною, адже зараз до організації входять 164 країни, на які припадають 98% світового ВВП.

Загалом в абсолютних показниках від глобалізації світ виграв. Кількість людей, які живуть в умовах крайньої бідності, з 1995 року по 2015 рік зменшилася на 57%. Щоб вигоду від глобалізації відчули всі верстви населення, одні країни перерозподіляли надприбутки через державне фінансування освіти, медицини та інфраструктури. Інші знехтували цим та отримали високий рівень нерівності. На мапі світу зображено країни з найбільшою нерівністю у доходах на душу населення. (рис 1).

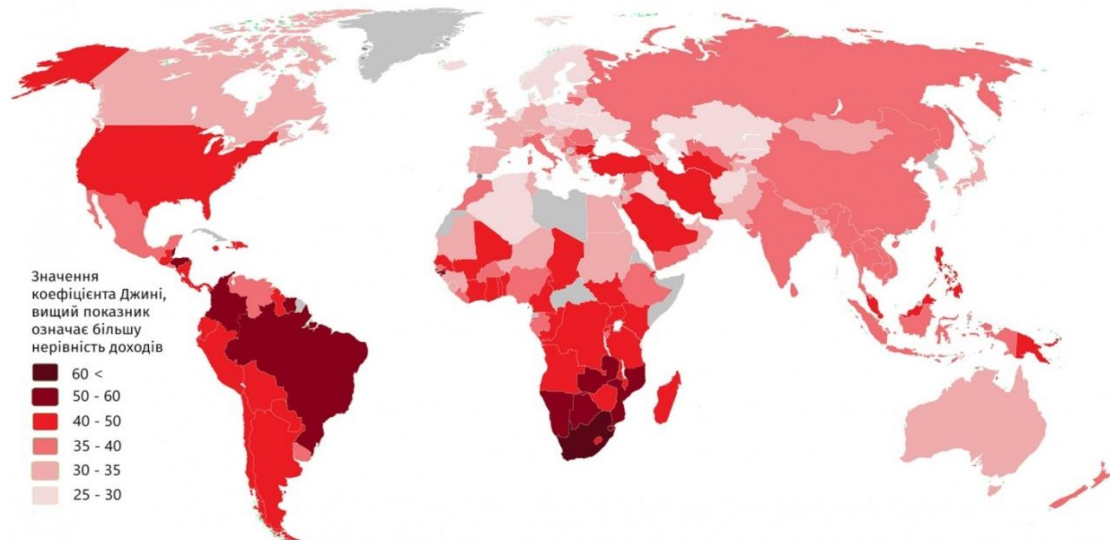


Рис. 1. Нерівність у доходах країн світу станом на початок 2023 року[1]

Як бачимо, з рисунка 1, значення коефіцієнта Джині є достатньо високим у країнах Південної Африки, на Сході Південної Америки, Середній Азії, і, що особливо показово, у самих США, де сьогодні спостерігаються ознаки політичної кризи та відхід від світового лідерства, що тільки ще більше розхитує глобальну безпеку.

Перелік використаних джерел:

1. Мірошніченко Б. Світ прямує до торгової війни, де кожен сам за себе. Кінець епохи глобалізації? URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2023/01/17/696022/>

ТРУДОВА МІГРАЦІЯ МОЛОДІ: ПЕРЕДУМОВИ ТА НАСЛІДКИ

Міграція завжди мала глибокі передумови. На сьогоднішній день під час процесів глобалізації, швидкого розвитку технологій та демографічних зрушень, трудова міграція молоді стає важливим явищем. Так, молодь складає близько 14,6% від загальної кількості 300 мільйонів міжнародних мігрантів [1], і, будучи найбільш мобільною соціальною групою, молоді люди становлять основну частину щорічних міграційних рухів.

Міжнародна міграція надає можливість молоді забезпечити краще життя для себе та своїх сімей, отримати освіту, покращити свої професійні навички та отримати нові перспективи або задовольнити бажання особистого розвитку через пригоди та виклики, пов'язані з життям за кордоном. Міграція молодих людей відбувається в контексті високого безробіття серед молоді та відсутності гідних умов роботи вдома [2]. Таким чином, коли молоді люди мігрують в умови свободи, гідності, справедливості та безпеки, вони можуть сприяти економічному та соціальному розвитку як країн походження, так і країн призначення.

Серед передумов трудової міграції молоді можна виділити наступне:

- основний вплив мають економічні та соціокультурні чинники, оскільки молоді люди шукають можливості для самореалізації, покращення фінансового стану та набуття нового досвіду в інших країнах. Ця потреба виростає з нерівності у розвитку країн, зниженням рівня зайнятості та нестабільністю економічних умов у багатьох регіонах;

- нестабільність у політичній ситуації або обмеження прав людини у власній країні можуть також спонукати молодь до міграції у пошуках безпеки та стабільності;

- молодь також може мігрувати для отримання вищої освіти або спеціалізованої підготовки, яка може бути обмежена у їхній власній країні. А наявність програм міжнародного обміну, спеціальних візових режимів для молодих спеціалістів або привабливі умови для роботи та життя в інших країнах можуть зробити трудову міграцію молоді більш доступною та привабливою;

- глобалізація зробила світ більш пов'язаним та доступним. Технології дозволяють здійснювати роботу з будь-якого місця, що відкриває нові можливості для молоді знаходити роботу за кордоном. Це також сприяє зростанню міжнародних ринків праці та змінює підходи до трудової мобільності.

Однак трудова міграція молоді має свої наслідки. Зокрема, вона може впливати на соціальне та психологічне самопочуття молодих мігрантів, змінюючи їх спосіб життя, мову, культурні звичаї. Проте, це може бути джерелом нових можливостей та знайомств. Державна політика в цьому контексті відіграє важливу роль у забезпеченні захисту прав молодих мігрантів та створенні сприятливих умов для їхньої інтеграції. Програми підтримки,

освітні та професійні ініціативи спрямовані на полегшення адаптації та створення можливостей для розвитку. І нарешті, важливо враховувати етичні та гендерні аспекти трудової міграції молоді. Забезпечення захисту прав працівників, боротьба з експлуатацією та нерівністю, а також урахування різниці в можливостях для чоловіків та жінок – це важливі складові політики управління міграцією.

Детальніше варто звернути увагу на наслідки трудової міграції молоді для їхніх країн походження та країн прийому. Ось деякі з найбільш значущих наслідків:

- у країні походження молоді відбувається втрата робочої сили, що може призвести до негативних економічних наслідків, зокрема, зменшення виробництва та економічного зростання. У той же час, країни прийому можуть отримати більшу кількість робочої сили, що сприяє економічному розвитку та зміцненню ринків праці;

- відбуваються зміни у соціальній структурі та культурному житті як у країні походження, так і в країні прийому. Молодь може зіткнутися з проблемами адаптації, мовних та культурних бар'єрів, а також втратою зв'язку зі своєю батьківщиною;

- можливий вплив на демографічні показники як у країні походження, так і в країні прийому. Зменшення кількості молодих людей у країні походження може призвести до старіння населення та дисбалансу у робочій силі. У приймаючих країнах може зростати молоде населення, що впливає на соціальні та економічні процеси. Крім того, є значний вплив на сім'ї мігрантів, зокрема, розрив в родинного зв'язку та втрата підтримки своїх родин та спільнот;

- проблеми з інтеграцією мігрантів можуть призвести до політичної напруги та конфліктів, а також вплинути на міграційну політику та законодавство.

Підсумовуючи варто зазначити, що трудова міграція молоді є складним та багатогранним явищем, яке має важливі наслідки як для самих молодих людей, так і для країн-походження та країн-прийому. Враховуючи економічні, соціокультурні, демографічні, сімейні та політичні чинники, стає очевидним, що трудова міграція молоді потребує комплексного підходу та управління з боку урядів, міжнародних організацій та суспільства в цілому. Молоді люди мігрують у пошуках кращих можливостей для себе та своїх сімей, але важливо також враховувати потенційні втрати та вигоди для всіх сторін. Посилення співпраці, розробка ефективних політик управління міграцією та забезпечення захисту прав мігрантів є важливими кроками у напрямку створення більш справедливого та збалансованого світу.

Перелік використаних джерел:

1. Міжнародний фонд мігрантів. Дані департаменту ООН з економічних і соціальних питань (UN DESA). URL: <https://www.un.org/development/desa/pd/content/international-migrant-stock>

2. Global Employment Trends for Youth 2020: Technology and the future of jobs. URL: https://www.ilo.org/global/publications/books/WCMS_737648/lang--en/index.htm

3. Лошенко О.В. “Особливості розвитку міжнародної трудової міграції”. URL: <http://global-national.in.ua/archive/15-2017/7.pdf>

4. Worldwide Immigration Trends Report. URL: https://www.fragomen.com/trending/worldwide-immigration-trends-reports/index.html?gad_source=1&gclid=CjwKCAjw7-SvBhB6EiwAwYdCAZChXdwh99u_uE3SB4o_uGrZLtlmVQsdqypI4w-7xFmUfkwq-CScghoCNvoQAvD_BwE

5. Федоренко О.М. Сутність та сучасні тенденції міжнародної трудової міграції. URL: http://umo.edu.ua/images/content/institutes/imp/vydannya/visnyk_umo/ekonomika/V_2/%D0%A4%D0%B5%D0%B4%D0%BE%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE.pdf

Станіслав Кулик

Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ЕКОНОМІЧНІ САНКЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОТЕКЦІОНІЗМУ

Санкції є односторонніми або колективними діями проти країни, яку вважають порушником міжнародно го права, спрямованими на те, щоб змусити цю державу дотримуватися закону [1].

Для чіткого, логічного і транспарентного формування механізму практичного застосування важливе значення має обґрунтування і уніфікація самого поняття «санкції», оскільки невизначеність у термінології може служити підставою для зловживань окремих держав у власних інтересах при вирішенні міжнародних спорів, а вільне трактування відповідними державами санкцій, відсутність чіткості або розпливчастість у зазначених позиціях призводить до їх екстериторіальності та служить підґрунтям для виникнення нових міжнародних спорів у зовнішньоторговельних відносинах [3].

Санкції виступають певним компромісом між дипломатичними методами і більш інтенсивними діями, які можуть включати військові дії і таємні операції. Санкції можуть включати в себе припинення дипломатичних відносин, бойкот спортивних і культурних заходів, секвестрування власності іноземної держави та її громадян. Найбільш поширеною формою санкцій є економічні санкції. Економічні санкції представляють собою досить привабливий інструмент зовнішньої політики, адже, на відміну від війни, вони покликані вирішувати міжнародні конфлікти і розбіжності з меншими витратами і людськими жертвами. У більшості випадків використання економічних санкцій передбачає бажання країни ініціатора втрутитися у процес прийняття рішень іншої

суверенної країни. Вони слугують доповненням до дипломатичних методів та дають можливість відкласти або уникнути використання військових засобів [2].

Економічні й фінансові санкції Євросоюзу включають заборони на: експорт та імпорт (торговельні санкції щодо конкретних товарів, таких як технологічне обладнання, нафта, алмази); надання конкретних послуг (брокерських, фінансових, технічної допомоги); польоти, інвестиції, платежі й переміщення капіталу або відміни тарифних преференцій. Обмежувальні економічні та фінансові заходи, включаючи цілеспрямовані фінансові санкції, мають застосовуватись всіма юридичними і фізичними особами, що здійснюють підприємницьку діяльність в ЄС, у т.ч. громадянами країн, які не є членами Євросоюзу. ЄС часто запроваджує цільові фінансові санкції, спрямовані проти конкретних осіб, груп чи організацій, відповідальних за політику або інші дії [3].

Характерним для економічних санкцій у сфері міжнародних відносин стає те, що вони починають проявлятися у формі реакції на ті держави або суб'єкти, де не діє правове поле держави – ініціатора запровадження санкцій, тобто стають екстериторіальними. Разом з одностороннім застосуванням санкцій окремими країнами в протекціоністських цілях в порушення правил і норм СОТ з'являється бажання в інших учасників міжнародних ринків на подібні дії. Це стає підґрунтям для активізації застосування економічних санкцій як інструменту агресивного протекціонізму [3].

Перелік використаних джерел:

1. Daoudi M.S. Economic Sanctions: Ideals and Experience. London: Routledge & Kegan Paul, 1983. 263 pp.
2. Панченко В. Г. Економічні санкції як інструмент зовнішньої політики в контексті реалізації національних інтересів. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 17. С. 10–16. URL: <http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=5665&i=1>
3. Фліссак К. Економічні санкції та специфіка їх позиціонування в сучасних міжнародних відносинах. *Актуальні проблеми правознавства*. Випуск 1 (17). 2019. С. 72-78.

Андрій Фтьомов
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ЕВОЛЮЦІЯ ПІДХОДІВ ДО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОМПАНІЯХ

У контексті глобалізації транснаціональні корпорації (ТНК) набувають все більшого значення, відіграючи ключову роль у формуванні нових моделей управління персоналом. Станом на сьогодні, ТНК забезпечують зайнятість для понад 70 млн осіб безпосередньо, а залучення аутсорсингових та партнерських компаній збільшує цю цифру до 150 млн, що свідчить про їх вагомий вплив на світовий ринок праці та системи зайнятості [1].

Відмінною рисою сучасних ТНК є їхнє прагнення до створення інтегрованої корпоративної культури та єдиної політики управління на глобальному рівні. Це включає розробку та впровадження стандартів ефективності виробництва, оплати праці, соціальної відповідальності, а також модернізацію трудових відносин. Центральним елементом такої стратегії є розуміння необхідності адаптації до місцевих умов, зберігаючи при цьому цілісність корпоративної стратегії.

Особлива увага в стратегії ТНК приділяється розвитку корпоративної освіти як інструменту адаптації працівників до корпоративних цілей та місії. Провідні ТНК використовують різноманітні програми навчання та розвитку, включаючи курси, семінари, тренінги, для забезпечення високого рівня кваліфікації своїх співробітників. Ці ініціативи спрямовані на максимізацію відповідності між потребами бізнесу та потенціалом персоналу.

Завдання інтеграції корпоративних практик управління персоналом у міжнародних філіалах ускладнюються відмінностями в культурних та юридичних контекстах країн присутності. Застосування інституціональної теорії дозволяє глибше зрозуміти, як адаптація та інтеграція організаційних практик може відбуватися з урахуванням національних інституційних особливостей. Успішне прийняття та внутрішнє засвоєння нововведень вимагають від ТНК врахування цих особливостей для досягнення ефективності на місцевому рівні.

Однією з найбільших викликів для ТНК є знаходження оптимального балансу між глобальною інтеграцією та локальною адаптацією своїх практик. Ця дилема передбачає необхідність реалізації стратегій, які з одного боку підтримують єдність та цілісність корпоративних стандартів, а з іншого – дозволяють адаптуватися до специфіки місцевих ринків. Вирішення цього завдання вимагає від ТНК впровадження інноваційних підходів у сфері управління персоналом, здатності до гнучкості, культурної чутливості та інтеграції різноманітних практик у єдину корпоративну систему.

Завдяки своїй унікальній позиції на глобальному ринку, ТНК мають можливість не лише формувати, але й переосмислювати підходи до управління персоналом, встановлюючи нові стандарти ефективності та інноваційності. Це відкриває шлях для поширення передових практик управління людськими ресурсами, сприяючи підвищенню конкурентоспроможності та розвитку бізнесу на міжнародному рівні.

Перелік використаних джерел:

1. Ietto-Gillies, G. Transnationality in the XXI century. *Concept and indicators, Critical Perspectives on International Business*, 2022, Vol. 18 No. 3, pp. 338-361. DOI: <https://doi.org/10.1108/cpoib-11-2020-0135>
2. Vaara, E., & Tienari, J. On the narrative construction of multinational corporations: An antenarrative analysis of legitimation and resistance in a cross-border merger. *Organization Science*, 2011, No. 22, pp. 370–390. DOI: <https://doi.org/10.1287/orsc.1100.0593>
3. Tregaskis, O., Heraty, N. & Morley, M. HRD in multinationals: the global/local mix. *Human Resource*

Вікторія Юськевич
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

МІЖНАРОДНИЙ ВАЛЮТНИЙ ФОНД У СПРИЯННІ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇН

Забезпечення ефективного сприяння економічному розвитку країн на міжнародному рівні є важливим завданням, яке вимагає поєднання зусиль усіх зацікавлених сторін. Розвинуті країни повинні активно допомагати країнам, у яких економіка розвивається, у забезпеченні стабільності та підтримці економічного зростання. Міжнародний валютний фонд (МВФ) виступає однією з ключових міжнародних організацій, яка забезпечує фінансову підтримку, консультації та технічну допомогу країнам у складних економічних ситуаціях, сприяючи їхньому стабільному розвитку та підвищенню життєвого рівня населення.

Міжнародний валютний фонд (МВФ) є спеціалізованою установою ООН із дуже широкою автономією. Фонд було засновано у 1945 році для сприяння монетарному співробітництву та торгівлі, забезпечення фінансового зростання та збільшення зайнятості населення [1].

Загалом МВФ є ключовим гравцем у світовій економіці, сприяючи економічному розвитку країн через фінансову підтримку, політичні консультації та технічну допомогу. Основними напрямками діяльності МВФ в контексті підтримки і сприяння економічного розвитку країн є:

підтримка фінансової стабільності: МВФ надає фінансову підтримку країнам у вигляді кредитів, фінансових пакетів та програм у кризових ситуаціях, допомагаючи їм зберегти фінансову стабільність. Це особливо важливо для країн, що переживають фінансові кризи, мають розбалансованість платіжного балансу або стикаються з іншими економічними труднощами;

удосконалення економічної політики: МВФ надає консультації та рекомендації з питань економічної політики (фіскальної, монетарної, валютної тощо) країнам-членам з метою покращення їхньої економічної продуктивності, забезпечення стабільності та стимулювання розвитку;

сприяння реформам: часто умови, пов'язані з кредитами МВФ, включають необхідність впровадження економічних реформ у країні-одержувачі. Ці реформи можуть охоплювати підвищення ефективності фіскальної політики, стимулювання інвестиційного клімату, покращення корпоративного управління та інші заходи, спрямовані на стимулювання економічного розвитку;

надання технічної допомоги: МВФ надає технічну допомогу та експертні консультації країнам-членам у розвитку їхніх фінансових, монетарних та економічних систем.

нагляд за міжнародною валютно-фінансовою системою та моніторинг економічної та фінансової політики країн-членів: МВФ з певною періодичністю публікує річні доповіді, квартальні огляди і прогнози тощо з узагальненими даними щодо основних тенденцій розвитку світової економіки загалом та її окремих регіонів і країн, приділяючи особливу увагу потенційним загрозам і викликам стабільного зростання.

Проте в процесі реалізації напрямків своєї діяльності щодо сприяння економічному розвитку країн Міжнародний валютний фонд може стикатися з низкою проблем. Наприклад: умови, пов'язані з кредитами МВФ, часто вимагають від країн-одержувачів проведення економічних реформ, які можуть бути важкими або непопулярними серед населення. Це може викликати соціальні напруження і протестні акції, що ускладнює впровадження реформ. Для вирішення цієї проблеми МВФ може зосередитися на розвитку більш гнучких умов кредитів, які б більше враховували соціальні та економічні особливості країн-одержувачів. Це може включати більше консультацій з місцевими урядами та громадськими організаціями для врахування їхніх пріоритетів.

Крім того, отримання кредитів або інших видів фінансової допомоги від МВФ, зазвичай призводить до збільшення боргового навантаження країни, особливо якщо країна має вже високий рівень боргу, а це в свою чергу може обмежувати фінансові можливості країни, оскільки значна частина доходів державного бюджету витрачається на обслуговування боргу, що може призвести до зменшення інвестицій в соціальну сферу та інфраструктуру, а отже скорочення темпів економічного зростання.

Серед проблем функціонування МВФ часто виникає питання щодо порушення принципів справедливості, прозорості та демократії при прийнятті рішень МВФ, які здебільшого приймаються країнами з великими економічними впливами, іноді ігноруючи інтереси менших країн, а це вимагає реформування системи прийняття рішень в МВФ, зокрема системи голосування в МВФ з урахуванням більш справедливого представництва країн.

Іноді програми МВФ можуть бути зосереджені виключно на економічних аспектах, ігноруючи соціальні наслідки своїх рекомендацій. Це може призводити до зростання бідності, безробіття та інших соціальних проблем. Щоб подолати цю проблему МВФ може активізувати свою увагу до соціальних наслідків своїх програм та рекомендацій, забезпечуючи включення соціальних аспектів у розробку економічних стратегій.

Отже, Міжнародний валютний фонд відіграє важливу роль у стабілізації світової економіки та сприянні економічному розвитку країн шляхом надання фінансової підтримки, консультацій та технічної допомоги. Проте в процесі своєї діяльності МВФ стикається з рядом проблем, включаючи умови кредитів, критику за умовність, недостатню увагу до соціальних аспектів, можливе

посилення боргового навантаження для країн-одержувачів тощо, для подолання яких МВФ може застосовувати різні стратегії їх розв'язання.

Незважаючи на проблеми у функціонуванні, МВФ є ефективним інструментом для сприяння сталому економічному розвитку країн у всьому світі.

Перелік використаних джерел:

1. Гуменюк Б. І. Міжнародний валютний фонд // Українська дипломатична енциклопедія: У 2-х т./Редкол.:Л. В. Губерський (голова) та ін. К.:Знання України, 2004. Т.2. 812с.

Анастасія Кунинець

Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ВПЛИВ МІГРАЦІЙНОЇ КРИЗИ НА ЕКОНОМІКУ КРАЇН-ПРИЙМАЧІВ

Міграція є однією з ключових сучасних тем, яка має значний вплив на економіку країн-приймачів. Динаміка економічного зростання в цих країнах часто залежить від обсягів міграційних потоків, їхнього складу та характеристик мігрантів. Міграційна криза 2022 року стала однією з найбільших глобальних викликів, який має значний вплив на економічну ситуацію країн-приймачів. Згідно з офіційними даними, у 2022 році майже 3,5 мільйона людей мігрували до ЄС як біженці зі статусом притулку[1].

Однією з найбільш очікуваною проблемою для Європи стала міграція українського населення. Країни ЄС, зокрема Республіка Польща, Чехія, Словаччина, ФРН та інші, стали більш відчутно відповідальними за приймання мігрантів, що призвело до значного навантаження на їхні людські ресурси та економіку. Це стало не лише подвійним, але й потрібним навантаженням, оскільки країни мусили враховувати соціальні, економічні та політичні аспекти міграційного процесу, вирішуючи виклики, пов'язані з інтеграцією мігрантів у суспільство та забезпеченням економічної стабільності[2].

Розглянемо основні аспекти впливу міграції на економіку країн-приймачів та розглянемо як позитивні, так і негативні сторони цього явища.

По-перше, важливо відзначити, що міграція може мати позитивний вплив на економіку країн-приймачів через збільшення робочої сили та розвиток ринків праці. Мігранти, які приносять з собою різні навички та досвід, можуть допомогти у заповненні вакансій у галузях з дефіцитом робочої сили, сприяючи зростанню виробництва та розвитку бізнесу.

Крім того, міграція може стимулювати інновації та підвищення продуктивності. Нові ідеї, підходи та знання, які приносять мігранти, можуть сприяти розвитку нових технологій, підвищенню конкурентоспроможності та розвитку секторів, які спеціалізуються у високотехнологічному виробництві.

Мігранти часто відкривають свій власний бізнес, що стає додатковою перевагою для економіки. Згідно з дослідженням професора П'єра Азулея зі

Школи менеджменту Слоуна Массачусетського технологічного інституту, мігранти на 80% частіше розпочинають свій власний бізнес, ніж місцеві жителі. Родинні зв'язки мігрантів у різних країнах сприяють міжнародній торгівлі та інвестиціям[3].

З іншого боку, міграція може також створювати виклики для економіки країн-приймачів. Наприклад, збільшення кількості робочої сили може призвести до падіння заробітних плат та конкуренції на ринку праці, особливо у низькокваліфікованих галузях. Також міграційні потоки можуть мати вплив на інфляцію та соціальні витрати держави, зокрема у сфері охорони здоров'я та освіти.

Крім того, важливо враховувати ефекти міграції на рівень безробіття та зайнятість місцевого населення. Деякі дослідження показують, що міграція може мати як позитивний, так і негативний вплив на ринок праці, залежно від конкретних умов та контексту.

Залучення мігрантів до таких галузей, як охорона здоров'я, будівництво, сільське господарство та логістика, може призвести до отримання прибутку, зменшуючи економічну напругу та страждання. Мігранти мають потенціал зробити внесок у державні фінанси у формі податків і взаємної вигоди, яку вони отримують[4].

Отже, динаміка економічного зростання країн-приймачів значною мірою залежить від міграційних процесів. І хоча міграція може мати як позитивні, так і негативні аспекти для економіки, важливо розвивати ефективну міграційну політику, яка б враховувала ці різноманітні впливи та сприяла стабільному та рівноважному економічному розвитку країни.

Перелік використаних джерел:

1. Різві О. Євровиди. Який економічний вплив міграції на Європу? 22.01.2024
URL: <https://www.euronews.com/business/2024/01/22/the-economic-impact-of-migration-on-europe>

2. Малик І. Міграційні виклики для країн єс у 2022 році крізь призму міграційних прогнозів
URL:<http://baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/download/247/6962/14486-1?inline=1>

3. Раєвський Д. Скібіцька Ю. У світі небувалий сплеск міграції — і справа не лише в українцях. 2023. URL:<https://babel.ua/texts/94613-u-sviti-nebuvaliy-splesk-migraciji-i-sprava-ne-lishe-v-ukrajincyah-pandemiya-kovidu-dovela-shcho-zakriti-kordoni-shkodyat-ekonomici-a-shche-migranti-mozhut-omoloditi-naselennya-korotka-istoriya>

4. Стародубов О. Міграційна криза – масштаб, економічні наслідки і шляхи подолання, 2022. URL:<https://www.pravda.com.ua/columns/2022/08/2/7361562/>

РОЛЬ МІЖНАРОДНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

На початку ХХІ століття світ стикнувся зі складними економічними викликами, що вимагають спільних зусиль та міжнародного співробітництва для їх вирішення. Міжнародні організації виступають ключовими учасниками у забезпеченні стабільності та безпеки у глобальній економіці, координуючи дії країн та сприяючи розвитку економічних відносин між ними.

«Глобальна економічна безпека передбачає захищеність світової спільноти від небезпек дестабілізації, криз, збройних конфліктів і війн на основі сталого світового економічного розвитку, ціллю якого є безпека та високий рівень розвитку кожного члена суспільства, збереження світу для майбутніх поколінь». [2, с. 187-188].

Міжнародні організації відіграють важливу роль у забезпеченні стабільності та безпеки на міжнародному економічному рівні. Завдяки їхній діяльності та співпраці країни можуть спільно розв'язувати економічні проблеми, зменшувати ризики фінансових криз і підтримувати зростання світової економіки.

Однією з найважливіших міжнародних організацій у цьому контексті є Міжнародний Валютний Фонд (МВФ). МВФ сприяє економічній стабільності та розвитку, надаючи фінансову допомогу країнам, що переживають фінансові труднощі. Крім того, МВФ проводить економічний моніторинг та надає рекомендації щодо фінансової й економічної політики країнам-членам, сприяючи уникненню фінансових криз та забезпеченню стабільності світової економіки.

Важливу роль у забезпеченні глобальної економічної стабільності та безпеки відіграє МВФ через свої функції, програми, різноманітні механізми та інструменти. Його функції та діяльність спрямовані на запобігання фінансовим кризам, сприяння сталому економічному зростанню та координацію міжнародних зусиль у сфері економічного управління.

Однією з ключових функцій МВФ є надання фінансової підтримки країнам, що стикаються з економічними труднощами. Це може включати надання кредитів та програм економічної підтримки з метою забезпечення стабільності, запобігання поширення регіональних і глобальних криз та прискорення економічного відновлення. Наприклад, МВФ активно діяв під час фінансових криз, таких як криза в Азії 1997-1998 років та глобальна фінансова криза 2008 року, надаючи фінансову допомогу та економічні рекомендації.[1]

Крім того, МВФ відіграє важливу роль у моніторингу економічних та фінансових тенденцій, здійснюючи регулярний аналіз стану світової економіки, виявляє ризики та негативні тенденції, що можуть вплинути на глобальну економічну безпеку. Шляхом аналізу економічних показників та трендів, МВФ

надає країнам рекомендації щодо грошової політики, фіскальних реформ, розвитку фінансових ринків та інших аспектів економічного управління. Це сприяє не лише стабілізації внутрішньої ситуації в країнах-членів, а й покращенню їхньої конкурентоспроможності на міжнародній арені. МВФ проводить.

Технічна допомога та підтримка також є важливими аспектами діяльності МВФ. Фонд надає країнам технічну допомогу та консультації країнам з метою поліпшення управління економікою, розвитку їхніх фінансових інституцій, підвищенні ефективності управління та впровадженні реформ, спрямованих на покращення економічного середовища, сприяє зміцненню економічних основ та запобігає кризам. Це може включати навчання фахівців, розробку кращих практик у сфері фінансового регулювання та стимулювання інвестиційного клімату. [2]

Крім того, МВФ виступає як платформа для координації міжнародних зусиль у вирішенні глобальних економічних проблем. Шляхом спільної роботи з іншими міжнародними організаціями, урядами та приватним сектором, МВФ сприяє створенню спільних стратегій та розробці політик, спрямованих на зміцнення стабільності та сталого економічного зростання. Також МВФ активно працює над розробкою міжнародних стандартів управління економікою та фінансовою політикою, що сприяє стандартизації та зменшенню ризиків на світових фінансових ринках. У цілому, Міжнародний Валютний Фонд відіграє ключову роль у забезпеченні глобальної економічної безпеки через свою фінансову підтримку, аналітичну роботу, технічну допомогу та координацію дій міжнародних спільнот. Його діяльність спрямована на створення стабільного, рівноправного та сталого економічного середовища на користь всіх учасників світової економіки.

Перелік використаних джерел:

1. Управлінський аспект забезпечення фінансової безпеки України: колективна монографія / за ред. О. В. Черевка. Черкаси: Видавець Ю. А. Чабаненко, 2018. 312 с. URL: https://eprints.cdu.edu.ua/1504/1/monogr%202018_.pdf
2. International Monetary Fund. URL: <https://www.imf.org/en/Home>

Олександр Прус
Західноукраїнський національний університет,
м. Тернопіль

СТРАТЕГІЧНА ПОЗИЦІЯ ФІРМИ ПРИ ПРОСУВАННІ ТОВАРІВ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ

Вихід на зовнішні ринки є важливим кроком для кожного бізнесу. У сучасній глобалізованій економіці багато компаній прагнуть вийти на закордонні ринки та позиціювати себе як лідера галузі.

Логічним шляхом розвитку компанії є вихід на нові ринки через дублювання (іноді, з незначними змінами адаптивного характеру) актуальних видів діяльності. При розширенні ринку використовуються ті ж навички й технології, а іноді аналогічні виробничі та інші потужності, що і на наявному ринку.

Отже, тут є певний потенціал синергізму та зниження потреби в інвестиціях та операційних витратах. Основним поштовхом до такого кроку є, зрозуміло, успіх бізнесу, що розширюється. Розширювати ринок збуту посереднього чи відверто невдалого товару немає сенсу.

Попри потенційно значний синергізм, при розширенні ринку необхідно врахувати ще кілька аспектів [1, с. 249]:

– Чи привабливий ринок? Чи оцінять покупці товар (послугу)? Чи дійсно вони представляють для них цінність, вагому та відмінну від інших пропозицій? Наскільки сильні та зацікавлені у цьому ринку конкуренти? Чи можлива нейтралізація їх активів та компетенцій за допомогою правильно побудованої стратегії? Чи тенденції ринку та середовища сприяють розвитку фірми чи ні?

– Чи володіє фірма ресурсами та волею, необхідними для збереження певної зацікавленості на ринку, попри невизначеність результату? Чи має стратегічний зміст розширення ринку?

– Чи можна адаптувати бізнес до нового ринку? Чи існує переконливий план адаптації бізнесу, враховуючи різну ситуацію на реальному та потенційному ринках?

– Чи можливе використання у новому середовищі активів та компетенцій, які забезпечили успіх на чинному ринку?

Загалом відповіді на ці питання дає чітка стратегічна позиція фірми.

Стратегічна позиція фірми – це її унікальне місце на ринку, яке визначається її способом конкурентної переваги та спроможністю створювати цю перевагу. Це також описує те, як фірма позиціонує себе в контексті конкурентів та, як вона задовольняє потреби клієнтів.

Стратегічна позиція має бути значущою для покупців, відрізняти фірму від конкурентів, відображати стратегію бізнесу загалом і підтримуватися нею.

При просуванні продукції на міжнародні ринки стратегічна позиція фірми містить ряд аспектів, які допомагають їй здійснити успішний вихід на ці ринки і конкурувати з місцевими та іншими міжнародними гравцями. Ключовими аспектами стратегічної позиції фірми при просуванні продукції на міжнародні ринки має бути:

– *унікальна пропозиція товару*, що передбачає визначення фірмою особливостей товару, що робить його унікальним на міжнародному ринку і конкурентних переваг (наприклад висока якість, інноваційні характеристики, специфічні функції тощо) щодо інших товарів, які вже присутні там;

– *цінова стратегія*, яка включає адаптацію цін до рівня місцевого попиту та конкуренції та передбачає розробку фірмою ефективної цінової стратегії, яка враховує місцеві цінові умови, конкурентну ситуацію та вартість виробництва;

- *маркетингова стратегія* фірми для міжнародного ринку, адаптована до місцевих культурних та мовних особливостей, включаючи позиціонування бренду, просування продукту, канали розповсюдження та інші аспекти;
- *дистрибуційні канали* для своєї продукції на міжнародних ринках, враховуючи доступність та ефективність цих каналів для досягнення цілей;
- *адаптація до місцевих умов*, полягає у готовності фірми до адаптації своїх товарів, упаковки, маркетингових повідомлень та інших аспектів бізнесу до місцевих умов, законів, технічних стандартів та культурних особливостей;
- *стратегія лояльності клієнтів* для залучення та утримання клієнтів на міжнародних ринках;
- *управління ризиками*, пов'язане з готовністю фірми виявляти і управляти ризиками при виході на зовнішні ринки та здійсненні міжнародної торгівлі (зміни валютних курсів, політичні та економічні нестабільності, технічні або технологічні проблеми тощо).

Загальна стратегічна позиція фірми на міжнародному ринку повинна враховувати всі ці аспекти і бути спрямована на створення стійкої конкурентної переваги та забезпечення успішного виходу на нові ринки.

Перелік використаних джерел:

1. David A. Aaker, Damien McLoughlin Strategic Market Management: Global Perspectives. John Wiley & Sons, 2010. 354 p. URL: <https://www.perlego.com/book/3866394/strategic-market-management-global-perspectives-pdf>

Мар'яна Кузик

Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА У ГЛОБАЛЬНОМУ РИНКОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Глобальний бізнес характеризується інтенсивною конкуренцією та швидкими темпами змін. Технологічний прогрес, глобалізація та широкий доступ до Інтернету змінили поведінку споживачів і створили як можливості, так і виклики для компаній, які прагнуть продавати свою продукцію на світовому ринку. У цьому динамічному середовищі ефективні маркетингові стратегії мають важливе значення для підвищення конкурентоспроможності продукції на світовому ринку. Конкуренція на глобальному ринку вимагає глибокого розуміння його динаміки та тонкощів. Перш ніж розпочати міжнародну експансію, бізнес повинен ретельно вивчити різні аспекти глобального ринкового ландшафту. Це передбачає заглиблення в ринкові тенденції, поведінку споживачів та конкурентне середовище в різних регіонах світу. Завдяки ретельному дослідженню ринку, компанії можуть розпізнати потенційні

можливості та перешкоди, розробляючи індивідуальні стратегії, що відповідають унікальним вимогам кожного ринку [1].

Для ефективного розуміння глобального ринку необхідно врахувати кілька ключових моментів:

- Оцінка розміру та траєкторії зростання цільових ринків допомагає оцінити їхню привабливість для міжнародної експансії.

- Усвідомлення культурних, соціальних та мовних особливостей на різних ринках має вирішальне значення для розробки маркетингових ініціатив, які справді резонують з місцевими споживачами.

- Ознайомлення з нормативно-правовою базою різних ринків має важливе значення для забезпечення дотримання та обходу потенційних правових пасток.

- Визначення основних конкурентів на кожному цільовому ринку та аналіз їхніх сильних і слабких сторін, а також ринкового позиціонування полегшує формулювання стратегій, які вигідно відрізняють ваші пропозиції [1].

Адаптація продуктів і послуг до різноманітних міжнародних ринків становить значний виклик для бізнесу, який прагне конкурувати на глобальному рівні. Те, що може бути успішним на одному ринку, не обов'язково призведе до успіху на іншому. Тому компанії повинні ретельно аналізувати та адаптувати свої пропозиції відповідно до потреб та уподобань цільових споживачів на ринку іншої країни. Знання цих особливостей допоможе адаптувати існуючі продукти, або розробити нові, які краще задовольняють потреби місцевого споживача. Потрібно тестувати та вдосконалювати продуктову пропозицію на основі відгуків клієнтів та сприяти розвитку ринку, щоб забезпечити відповідність місцевим уподобанням.

Ціноутворення є критично важливим фактором у формуванні успіху бізнесу, впливаючи на частку ринку та доходи. Для розробки конкурентоспроможної цінової стратегії ключовим є розуміння сприйняття споживачів. Проведення ретельних маркетингових досліджень та аналіз зворотного зв'язку можуть дати уявлення про потреби клієнтів та їхню готовність платити. Розкішні бренди можуть встановлювати вищі ціни, щоб підкреслити ексклюзивність, тоді як бюджетні варіанти ставлять на перше місце доступність. Моніторинг цін конкурентів має важливе значення для збереження конкурентоспроможності. Розуміння структури витрат є життєво важливим для прибутковості. Щоб встановити ціни, які відповідають бажаному рівню прибутку, необхідно підрахувати фіксовані та змінні витрати. Ціноутворення на основі цінності може привабити різні сегменти клієнтів, пропонуючи різні функції та можливості. Використання психології ціноутворення може вплинути на поведінку споживачів. Тестування різних стратегій і ретельний моніторинг реакції споживачів можуть допомогти визначити ефективну цінову тактику. [2]

Конкурентний тиск спонукає виробників впроваджувати інновації у виробничі процеси та застосовувати нові технології з метою зниження виробничих витрат. Як наслідок, компанії можуть підвищити якість продукції, залучити нових покупців і, зрештою, збільшити прибутки. Однак досягнення ефективної ринкової діяльності вимагає не лише оцінки конкурентоспроможності підприємства, а й готовності до різних ринкових

сценаріїв. Лише завдяки активному управлінню та постійній адаптації підприємства можуть підтримувати конкурентоспроможність, впроваджувати вдосконалення та ефективно контролювати всі операційні процеси, забезпечуючи таким чином конкурентну перевагу та загальний успіх бізнесу.

Таким чином, успіх на міжнародному ринку вимагає від компанії стратегічного аналізу, який враховує різні виклики та перспективи, притаманні міжнародним ринкам. Заглиблюючись у динаміку світового ринку, проводячи ретельний аналіз його стану, розробляючи надійний глобальний маркетинговий план, адаптуючи продукти та послуги, формулюючи конкурентоспроможну цінову стратегію, долаючи культурні відмінності, впроваджуючи вправну тактику локалізації та перекладу, а також ретельно аналізуючи результати діяльності на міжнародних ринках, підприємства можуть забезпечити собі конкурентну перевагу та покращити перспективи досягнення успіху в будь-якій точці земної кулі. Застосовуючи ці стратегії, компанії можуть добре орієнтуватися в особливостях глобального ринкового середовища та відкривати можливості для стабільного зростання й розширення.

Перелік використаних джерел:

1.Strategies for Competing in the Global Market. URL: <https://fastercapital.com/content/Strategies-for-Competing-in-the-Global-Market.html> (accessed February 26, 2024)

2.Competitive pricing strategy. URL:<https://fastercapital.com/startup-topic/competitive-pricing-strategy.html> (accessed February 26, 2024)

Володимир Симко
Західноукраїнський національний університет
Тернопіль

ПРОБЛЕМА НЕРІВНОСТІ ТА ЇЇ РІШЕННЯ В ДІЯЛЬНОСТІ МІЖНАРОДНОГО ВАЛЮТНОГО ФОНДУ

Міжнародний валютний фонд (МВФ) залишається важливою інституцією у світовій фінансовій системі, надаючи фінансову допомогу країнам, які напроляють на економічні труднощі, сприяючи макроекономічній стабільності та міжнародному економічному співробітництву.

У МВФ є три важливі місії: сприяння міжнародній валютній співпраці, заохочення розширення торгівлі й економічному зростанню та перешкоджання політиці, яка шкодила б процвітанню [1].

МВФ підтримує координацію політики між країнами, надаючи кредитні лінії та адаптаційні програми, щоб допомогти країнам відновити платіжний баланс і стимулювати економічне зростання.

У часи економічних потрясінь, таких як світова фінансова криза 2008 року та пандемія COVID-19, роль МВФ стає ще важливішою: він мобілізує ресурси для надання екстреної фінансової допомоги країнам, які її потребують, сприяє

політиці макроекономічної стабілізації та запобігає глобальній фінансовій нестабільності.

Крім того, МВФ відіграє важливу роль у моніторингу світової економіки через регулярні звіти, такі як "Перспективи розвитку світової економіки", які надають цінну інформацію для урядів, бізнесу та інвесторів. Ці звіти допомагають формувати економічну політику та стратегії в усьому світі і сприяють міжнародній фінансовій стабільності та передбачуваності.

Таким чином, важливість існування МВФ є незаперечною, оскільки він продовжує адаптуватися до мінливих глобальних економічних умов з метою виконання своєї місії – сприяння глобальній фінансовій стабільності та співробітництву.

Попри позитивні результати діяльності, МВФ стикається з низкою проблем, які вимагають вирішення. Однією з проблем, з якою стикаються деякі країни-учасниці – це посилення нерівності. Проблема нерівності є важливим аспектом, який стосується діяльності Міжнародного валютного фонду (МВФ), як і багатьох інших міжнародних організацій. Проблема нерівності в діяльності МВФ розглянемо з двох позицій. Перша – нерівність відносин між державою-боржником та МВФ, оскільки чим більше державі потрібен кредит, тим слабшою є її переговорні позиції та поле для переговорів. Тому для посилення участі країн-членів МВФ доцільно вжити заходів щодо розширення участі країн, що розвиваються, у прийнятті рішень та управлінні організацією. Це вимагає реформування систем голосування та збільшення представництва в керівних органах.

Ще одним напрямком посилення нерівності як наслідку діяльності МВФ є зростання нерівності доходів населення в країні-боржнику. Програми МВФ, з одного боку, спрямовані на стабілізацію економіки країн-учасниць, але з іншого, можуть мати негативний вплив на соціальні групи, особливо на найбідніші. Такі програми зазвичай встановлюють жорсткі фіскальні умови, що може призвести до зростання безробіття, скорочення соціальних видатків і посилення економічної нерівності. Тому у таких ситуаціях МВФ повинен вдосконалювати свої адаптаційні програми, враховуючи соціальний вплив своїх умов та інтервенцій, оскільки стримування витрат у секторах, що забезпечують соціальний захист, може поглиблювати нерівність, тоді як інвестиції у галузі освіти та охорони здоров'я можуть сприяти зменшенню нерівності.

Для зменшення нерівності МВФ повинен сприяти фінансовій доступності, наприклад, через підтримку розвитку фінансових послуг та програм мікрофінансування, орієнтованих на бідні верстви населення.

Щоб зменшити негативний вплив МВФ на нерівність, організація може розглядати більш гнучкі умови кредитування, активніше сприяти соціальним програмам та інвестиціям у людський капітал, а також враховувати соціальні та економічні аспекти в усіх своїх програмах та рекомендаціях.

Міжнародний Валютний Фонд (МВФ) відіграє важливу роль у світовій економіці, проте він також стикається з рядом проблем, які потребують уваги та реформ.

Перелік використаних джерел:

1. International Monetary Fund. URL: <https://www.imf.org/>

Вадим Бойцан

Західноукраїнський національний університет

м. Тернопіль

ІННОВАЦІЇ У ЛОГІСТИЦІ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ГЛОБАЛЬНІ ЛАНЦЮГИ ПОСТАЧАННЯ

У сучасному світі глобальні ланцюги постачання є життєво необхідними для бізнесу, економіки та щоденного життя споживачів. Інновації у логістиці сприяють їх оптимізації, забезпечуючи більш швидке, ефективне та екологічне переміщення товарів по всьому світу. Від автоматизації до використання штучного інтелекту, ці технологічні прориви трансформують традиційні підходи до логістики.

Однією з ключових інновацій у логістиці є автоматизація та роботизація складських операцій. Використання роботів для підбору та сортування товарів зменшує потребу в ручній праці, підвищує продуктивність та знижує ймовірність помилок. Це також дозволяє компаніям швидше реагувати на зміни в попиті та забезпечувати безперебійне постачання товарів. Інноваційні компанії, такі як Amazon, активно впроваджують роботизовані системи в своїх центрах обробки замовлень. Роботи Kiva, які Amazon використовує, здатні автономно переміщати товари по складу, що дозволяє оптимізувати процеси підбору та пакування товарів, а також зменшує час на обробку замовлень.

Використання штучного інтелекту (ШІ) та аналітики великих даних революціонує управління ланцюгами постачання, дозволяючи компаніям прогнозувати попит, оптимізувати маршрути доставки та управляти запасами в режимі реального часу. ШІ може аналізувати великі обсяги даних для ідентифікації тенденцій та виявлення можливих збоїв у ланцюгу постачання, дозволяючи компаніям попереджати проблеми ще до їх виникнення. ШІ може аналізувати попередні тенденції продажів, погодні умови та інші зовнішні фактори для точного прогнозування попиту на певні товари, дозволяючи компаніям адаптуватися до змін ринкових умов і запобігати дефіциту або надлишку запасів [1].

Технологія блокчейн пропонує надійний спосіб ведення записів про переміщення товарів, забезпечуючи прозорість та безпеку глобальних ланцюгів постачання. Використання блокчейн технологій дозволяє всім учасникам ланцюгів постачання відслідковувати переміщення товарів від виробника до кінцевого споживача, що сприяє зменшенню шахрайства, покращенню управління запасами та оптимізації логістичних операцій. Блокчейн пропонує революційний підхід до управління ланцюгами постачання, забезпечуючи надійний, незмінний запис усіх трансакцій. Наприклад, компанія Maersk у

співпраці з IBM розробила блокчейн-платформу TradeLens, яка сприяє підвищенню прозорості та ефективності морських вантажних перевезень [2].

Зростаюча увага до екологічної стійкості призводить до інновацій у сфері «зеленої» логістики. Від електромобілів для доставки товарів до використання альтернативних джерел енергії в логістичних центрах, компанії шукають способи зменшення екологічного впливу своїх ланцюгів постачання. Ці зусилля не тільки сприяють захисту навколишнього середовища, але й покращують корпоративний імідж та відповідають зростаючим очікуванням споживачів. Зелена логістика фокусується на мінімізації впливу логістичних операцій на навколишнє середовище. Інновації, такі як електромобілі для доставки товарів та використання альтернативних джерел енергії в логістичних центрах, допомагають компаніям знижувати викиди вуглекислого газу. DHL, наприклад, інвестує в електромобілі та велосипедну доставку в міських районах для екологічно чистіших логістичних рішень.

Глобальний ринок логістичних послуг є динамічною та швидко зростаючою сферою, яка відіграє критичну роль у світовій економіці. Вона об'єднує широкий спектр діяльності, включно з транспортуванням, складуванням, управлінням ланцюгами постачання, упаковкою, розподілом та іншими послугами, необхідними для ефективного переміщення товарів від виробника до кінцевого споживача. На сьогодні можна виділити три основні регіони, які є на глобальному ринку логістичних послуг:

1. Азійсько-Тихоокеанський регіон вважається одним з найшвидше зростаючих ринків логістичних послуг, частково завдяки швидкому розвитку електронної комерції в Китаї, Індії, та інших країнах регіону.

2. Європа залишається ключовим гравцем у глобальній логістиці, з сильним акцентом на інновації та стійкість. Велика увага приділяється розвитку транскордонних логістичних послуг та оптимізації міської логістики.

3. Північна Америка продовжує бути важливим ринком, де основну увагу зосереджено на інтеграції передових технологій у ланцюги постачання і удосконаленні інфраструктури.

Для подальшого розвитку глобального ринку логістичних послуг критично важливими є інвестиції у технологічні інновації, партнерства між компаніями для розширення географічного охоплення, та розробка стійких логістичних рішень, які відповідають зростаючим екологічним стандартам. Ключ до успіху лежить у здатності швидко адаптуватися до змінних умов ринку та потреб споживачів, забезпечуючи при цьому високий рівень сервісу та ефективності.

Для подальшого аналізу глобального ринку логістичних послуг важливо врахувати декілька аспектів, які мають стратегічне значення та впливають на майбутнє цієї галузі [3].

Цифровізація трансформує логістичні процеси, роблячи їх більш ефективними та прозорими. Впровадження цифрових платформ для управління ланцюгами постачання, онлайн-трекінгу вантажів та автоматизованого документообігу значно спрощує взаємодію між всіма учасниками логістичного процесу. Це дозволяє компаніям швидко реагувати на зміни в попиті та оптимізувати запаси відповідно до актуальних потреб ринку.

Експансія міжнародної електронної комерції ставить перед логістичними компаніями нові завдання, зокрема, пов'язані з крос-бордер доставками, митним оформленням та локалізацією послуг. Це спонукає логістичні компанії до розробки гнучких та інноваційних рішень, спрямованих на забезпечення швидкої та вартісно-ефективної доставки товарів міжнародними покупцями.

Врахування екологічних аспектів та стратегій сталого розвитку стає все більш важливим для логістичних компаній. Розвиток екологічно чистих транспортних засобів, оптимізація логістичних маршрутів для мінімізації викидів CO², та впровадження принципів циркулярної економіки в управлінні запасами дозволяють компаніям не тільки зменшити вплив на довкілля, але й підвищити ефективність своєї діяльності.

Ринок логістичних послуг також стикається з низкою викликів, серед яких можна виділити необхідність адаптації до змінних геополітичних умов, управління ризиками, пов'язаними з природними катастрофами та пандеміями, а також вирішення проблеми дефіциту кваліфікованих кадрів. Для подолання цих викликів компаніям потрібно зосередитися на розробці гнучких стратегій, інвестиціях у професійний розвиток співробітників та впровадженні передових технологій.

Перспективи глобального ринку логістичних послуг обіцяють подальше зростання та інновації. Компанії, які зможуть ефективно інтегрувати новітні технології, адаптуватися до змінних умов ринку та реалізувати принципи сталого розвитку в своїй діяльності, займуть лідируючі позиції на ринку. Важливим фактором успіху залишається здатність до швидкої адаптації та гнучкого реагування на потреби клієнтів у глобальному масштабі.

Інновації у логістиці мають революційний вплив на глобальні ланцюги постачання, дозволяючи компаніям досягати нових рівнів ефективності та стійкості. Від автоматизації та роботизації до використання штучного інтелекту, блокчейну та екологічних інновацій, ці технології трансформують способи, за допомогою яких товари переміщуються по всьому світу. Адаптація до цих інновацій є ключем до успіху в швидко змінюваному глобальному економічному ландшафті, ця галузь продовжує демонструвати значний потенціал для зростання та інновацій. Завдяки стрімкому технологічному розвитку, змінам у споживацьких вподобаннях та посиленню глобалізації, логістика стає все більш центральним елементом в ефективному функціонуванні сучасної глобальної економіки.

Для забезпечення сталого розвитку та конкурентоспроможності, компаніям необхідно не лише інтегрувати новітні технології та практики, але й активно реагувати на глобальні виклики, такі як зміни клімату, політичні та економічні невизначеності. Важливу роль відіграє гнучкість та здатність до інновацій, які дозволяють логістичним службам оптимізувати свої операції та надавати високоякісні послуги в умовах швидко змінюваного глобального ландшафту. Розвиток партнерських відносин, зосередження на клієнтоорієнтованості, та неперервне вдосконалення процесів будуть ключовими факторами успіху у майбутньому, дозволяючи логістичним компаніям не лише виживати, але й процвітати на глобальному ринку.

Перелік використаних джерел:

1. Joshi, S., Sharma, M., Ekren, B. Y., Kazancoglu, Y., Luthra, S., Prasad, M. Assessing supply chain innovations for building resilient food supply chains: an emerging economy perspective. *Sustainability*. 2023. 15(6), 4924.
2. Merkert, R., Hoberg, K., & Mahadevan, K. Logistics and Supply Chain Superpowers and Skills for Survival in the “New Normal” Globalized World. *Transportation Journal*. 2023. 62(4). 369-396.
3. Reardon, T., Vos, R. How resilience innovations in food supply chains are revolutionizing logistics, wholesale trade, and farm services in developing countries. *International Food and Agribusiness Management Review*. 2023. 26(3). 455-466.

Юрій Дзюбик, Олексій Войтенко
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ІННОВАЦІЇ ЯК ЧИННИК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МУЛЬТИНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ

Міжнародні корпорації відіграють ключову роль на глобальних ринках, забезпечуючи значну частку світового виробництва, зайнятості, інвестицій, міжнародної торгівлі, а також досліджень і розвитку в інноваційній сфері. Рішення, що приймаються керівництвом цих компаній, мають великий вплив на діяльність конкурентів, а також на розвиток галузей, ринків та технологічні тенденції. Наприклад, в економіці США міжнародні корпорації забезпечують 26,5% зайнятості, 53,2% капітальних інвестицій, 83,5% промислових НДДКР, 59,8% експорту та 52,7% імпорту [1].

Конкурентоспроможність будь-якої компанії залежить від наявності у неї конкурентних переваг, які є ключовими, унікальними та неповторними і досягаються переважно завдяки процесам розробки та впровадження інновацій. Розуміння цього аспекту призвело до визнання нової фази глобальної конкуренції – інноваційної конкуренції, де основним інструментом боротьби за конкурентність є нововведення. Такі інноваційно активні компанії виявляються конкурентоспроможними і мають перспективи розвитку у майбутньому.

При розгляді впливу та методів створення конкурентних переваг виділяються два основних типи інновацій:

1. Зростаючі (incremental) інновації. Це удосконалення продуктів і технологій. Зазвичай вони впроваджуються систематично для поступового зростання або підтримки конкурентоспроможності. Їх можна розглядати як фактор, що послідовно впливає на збільшення конкурентоспроможності.

2. Радикальні (radical) інновації. Цей тип інновацій створює не лише нові технології та продукти, а й нові бізнес-концепції. Їхній революційний характер часто створює тривалу конкурентну перевагу, змінюючи умови конкуренції [2].

Як і приростові, так і радикальні інновації впливають на три ключові сфери, які є вирішальними для конкурентоспроможності (див. табл. 1).

Вплив інновацій на конкурентоспроможність [2]

Сфера	Зростаючі (incremental) інновації	Радикальні (radical) інновації
Економіка та галузі	Стосунки між підприємствами (B2B) Інтеграція ланцюга поставок	Нові, інноваційні структури секторів і економіки
Підприємства	Процеси удосконалення організації, (реінжиніринг, TQM)	Створення нових бізнес-концепцій
Продукти та процеси	Модифіковані процеси і продукти	Зміна конфігурації процесів. Нові продукти

Інноваційна конкуренція полягає у створенні конкурентних переваг за допомогою впровадження інновацій, де сама інновація є конкретним результатом, отриманим за рахунок інвестування капіталу у нові техніки або технології, у нові організаційні форми виробництва, роботи, обслуговування і управління, що включають нові підходи до контролю, обліку, планування, методи аналізу і т.д. Це відіграє ключову роль у діяльності компаній. Згідно з цим, основа інноваційної конкуренції - це боротьба, що передбачає розробку та впровадження різноманітних інноваційних продуктів, технологій, методів тощо.

Особливе значення має інноваційне управління підприємством, що включає в себе впровадження та розвиток нових методів керівництва та організаційних форм усіх аспектів діяльності компанії. Нові підходи, що виникли в системі управління підприємством, знаходять відображення у відповідних інструментах, принципах та методах інноваційного менеджменту. Метою інноваційного управління є створення умов для зростання та розвитку підприємства, активізації процесів інновацій та їх реалізації, формулювання стратегій інновацій та їх втілення, підвищення інноваційного потенціалу, впровадження та організація інновацій, а також удосконалення структур управління з метою підвищення ефективності керівництва персоналом.

Активізація інноваційних процесів та загострення інноваційної конкуренції сприятимуть позитивному впливу на суспільство та світову соціально-економічну систему. Розширення залучення країн та компаній до інноваційної діяльності на міжнародному рівні відкриє нові можливості, такі як спільне проведення наукових досліджень та підвищення рівня комерціалізації їх результатів. Такі процеси сприятимуть розвитку науки, забезпеченню стійкого екологічного розвитку, створенню нових робочих місць та покращенню умов праці.

У глобалізованому світі спостерігається загострення інноваційної конкуренції між мультинаціональними корпораціями, відмінність якої полягає у використанні наукових досягнень та знань, творчого підходу до пошуку шляхів розвитку. Інноваційні процеси набувають високих темпів у світі, розвиваються різні види інновацій: товарні, технологічні, ресурсні, управлінські, збутові тощо.

Очевидним стає той факт, що саме інновації стають необхідною умовою підвищення конкурентоспроможності мультинаціональних корпорацій. Загострення інноваційної конкуренції вимагатиме від них створення конкурентоспроможної інноваційної продукції, впровадження інноваційних технологій найбільш ефективним і оптимальним шляхом та забезпечення стійких конкурентних переваг на міжнародному ринку.

Перелік використаних джерел:

1. Foley C. F., Hines J.R. and Wessel D. Multinational Corporations in the 21st Century Economy. Brookings Institution Press, 2021. Hutchins center on fiscal and monetary policy at brookings, Washington, USA, pp. 4-6.

2. Позняк С.В. Інновації як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємств. *Ефективна економіка*. № 10, 2015. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2015/94.pdf

Оксана Бенч

Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ У ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЯХ: СТРАТЕГІЇ ТА ВИКЛИКИ

У сучасному світі транснаціональні корпорації (ТНК) стикаються з безліччю ризиків, які можуть вплинути на їхню діяльність та фінансовий стан. Управління ризиками стає критично важливою складовою стратегії для ТНК, оскільки вони оперують у різних країнах з різними політичними, економічними та соціальними умовами. У цьому есе розглянемо стратегії управління ризиками, які використовуються ТНК, а також викличні фактори, з якими вони стикаються у своїй діяльності.

Перш за все, ТНК використовують різноманітні фінансові інструменти для зменшення ризику, пов'язаного з валютними коливаннями та іншими фінансовими небезпеками. Вони можуть укласти договори на ф'ючерси або опціони, щоб захистити свої активи від негативного впливу змін курсу валют або цін сировини. Крім того, вони використовують стратегії диверсифікації портфеля, щоб зменшити загальний ризик інвестицій.

Другим важливим аспектом управління ризиками є страхування. ТНК можуть страхувати свої активи від різних ризиків, таких як природні катастрофи, політичні нестабільності або ризики виробничого процесу. Це допомагає їм захистити свою діяльність від непередбачених подій та зменшити можливі втрати. Крім того, ТНК активно використовують аналіз ризиків для ідентифікації потенційних загроз та розробки стратегій їх управління. Це включає в себе оцінку політичних, економічних, соціальних та технологічних чинників, які можуть вплинути на їхню діяльність, а також розробку планів дій для зменшення цих ризиків [1].

Одним із основних викликів управління ризиками для ТНК є геополітична нестабільність. Політичні конфлікти, війни, терористичні загрози та інші події можуть мати серйозний вплив на діяльність ТНК у різних країнах. Наприклад, санкції, що вводяться проти певних країн або регіонів, можуть обмежувати доступ до ринків або збільшувати ризик втрат для корпорацій. Іншим важливим викликом є технологічна нестабільність.

Швидкі зміни в технологічному середовищі можуть призвести до того, що продукти або послуги ТНК втратять конкурентну перевагу. Це вимагає від ТНК постійного вдосконалення та інвестицій у дослідження та розвиток. Крім того, екологічні проблеми стають все більш серйозними викликами для ТНК. Зростання обізнаності про кліматичні зміни та інші екологічні проблеми вимагає від корпорацій прийняття більш стійких стратегій та інвестицій у зелені технології.

Узагальнюючи, управління ризиками у транснаціональних корпораціях є складною та багатогранною задачею. Стратегії управління ризиками, такі як фінансові інструменти, страхування та аналіз ризиків, допомагають ТНК зменшити експозицію до ризиків та захистити свою діяльність від негативних впливів.

Однак вони все ще стикаються з великими викликами, такими як геополітична нестабільність, технологічні зміни та екологічні проблеми, які вимагають постійного моніторингу та адаптації з боку корпорацій (Табл. 1).

Управління ризиками у транснаціональних корпораціях є складним процесом, який вимагає використання різних стратегій та інструментів. Порівняльний аналіз цих стратегій допомагає краще зрозуміти їх переваги та недоліки, а також виявити найефективніші підходи до управління ризиками в умовах глобальної діяльності [2].

Управління ризиками у транснаціональних корпораціях – це складний процес, який включає в себе розробку та впровадження стратегій для виявлення, оцінки та зменшення ризиків, що впливають на діяльність компанії на міжнародному рівні. Транснаціональні корпорації стикаються з різноманітними видами ризиків, такими як політичні нестабільності, економічні коливання, технологічні загрози, екологічні проблеми та інші.

Для управління цими ризиками вони використовують різні стратегії, такі як диверсифікація географічного портфеля, створення резервних планів, використання фінансових інструментів та страхових полісів, а також співпрацю з місцевими партнерами та використання аутсорсингу.

Однак, незважаючи на вжиті заходи, транснаціональні корпорації постійно стикаються з викликами управління ризиками, такими як непередбачуваність політичного середовища, глобальні економічні кризи, кібербезпека та технологічні загрози, а також соціальні та екологічні проблеми. Для ефективного управління ризиками транснаціональні корпорації повинні постійно аналізувати та оновлювати свої стратегії, а також реагувати на зміни в зовнішньому середовищі [3].

Порівняльний аналіз стратегій управління ризиками

Характеристика стратегії	Фінансові інструменти	Страховання	Аналіз ризиків
Опис	використання різноманітних фінансових інструментів, таких як ф'ючерси, опціони тощо, для зменшення ризиків, пов'язаних з валютними коливаннями, ціновими змінами тощо;	укладання страхових полісів для захисту активів та діяльності корпорації від різних ризиків, включаючи природні катастрофи, політичні та технологічні загрози;	оцінка потенційних загроз та розробка стратегій їх управління, включаючи аналіз політичних, економічних, соціальних та технологічних чинників;
Переваги	зменшення експозиції до фінансових ризиків, захист від негативного впливу валютних коливань, цінових ризиків тощо;	захист активів та діяльності від непередбачених подій, зменшення можливих втрат;	ідентифікація потенційних загроз та розробка планів дій для їх управління, що допомагає зменшити ризик втрат та захистити діяльність;
Недоліки	може вимагати значних фінансових витрат, може бути неефективним у довгостроковій перспективі;	високі витрати на страхові премії, можливість обмеження покриття певних ризиків;	може вимагати значних людських та фінансових ресурсів для проведення комплексного аналізу;
Приклади	укладання договорів на ф'ючерси або опціони для захисту від валютних коливань;	страхування активів від природних катастроф або політичних ризиків;	оцінка політичного середовища та розробка стратегій управління відповідно до цього аналізу.

Управління ризиками у транснаціональних корпораціях виявляється надзвичайно складним завданням у зв'язку з їхньою міжнародною присутністю та залученістю до різноманітних економічних, політичних, соціальних та екологічних контекстів. В умовах глобальної конкуренції та нестабільності ринків, транснаціональні корпорації повинні активно впроваджувати стратегії управління ризиками для збереження своєї конкурентоспроможності та стабільності. Однією з ключових стратегій управління ризиками є диверсифікація географічного портфеля. Розташування активів у різних країнах допомагає зменшити вплив негативних подій в одному регіоні на загальну діяльність компанії [4]. Крім того, розробка резервних планів та альтернативних

стратегій дії дозволяє корпораціям бути готовими до непередбачуваних ситуацій та швидко реагувати на них.

Фінансові інструменти, такі як ф'ючерси, опціони та свопи, дозволяють транснаціональним корпораціям зменшити фінансові ризики, пов'язані з коливанням валютних курсів, цін на сировинні матеріали та інші фактори. Крім того, страхові поліси на активи та політичне страхування надають додатковий захист у разі виникнення негативних подій. Однак, транснаціональні корпорації постійно стикаються з великими викликами управління ризиками. Нестабільні політичні умови у деяких регіонах, глобальні економічні кризи, кібербезпека та технологічні загрози, а також соціальні та екологічні проблеми можуть значно підірвати діяльність корпорацій.

Отже, для успішного управління ризиками транснаціональні корпорації повинні постійно аналізувати свій ризик-профіль, розробляти та вдосконалювати свої стратегії управління ризиками, а також бути готовими до швидкого реагування на зміни у зовнішньому середовищі. Тільки таким чином вони зможуть забезпечити стабільність та успішність у своїй міжнародній діяльності.

Перелік використаних джерел:

1. Pagach, D., Linsley, P., Papa, M., Wiczorek-Kosmala, M., Oliva, F. L. Risk Management and Accounting in Firms' Response to Global Risk Challenges.

2. Hong, Z., Zahid, R. A. The Security of Global Value Chains (GVC): Recent Trends, Challenges, and Future Risk Management. *Emerging Trends in Sustainable Supply Chain Management and Green Logistics*. 2023. 194-228.

3. Potsangbam, chandibai. Executive performance in response to global challenges: a case study of japanese multinational corporations. *Journal of Research Administration*. 2023. № 5(2). 9504-9513.

4. Temre, Jyoti, et al. Transparency and Accountability in Global Supply Chains: Mitigating Ethical Risks for Multinational Corporations. *International Journal of Futuristic Innovation in Arts, Humanities and Management (IJFIАНМ)*. 2023. № 2(3). 77-87.

Юрій Шевчук

PhD студент,

Західноукраїнський національний університет,

м. Тернопіль

Науковий керівник:

доктор економічних наук, професор Зварич Р.Є.

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЄС

Інвестиції в Європейському Союзі швидко відновилися у 2022 р. до пандемічного рівня, але тенденція інша для виробничих інвестицій. Якщо виключити інвестиції в житло, то розрив у виробничих інвестиціях у розмірі 1,5-2% ВВП між ЄС та США утворився після світової фінансової кризи та досі

зберігається. Цей розрив зумовлений збільшенням інвестицій США в машини, обладнання та інновації, зокрема в інформаційно-комунікаційне обладнання та інтелектуальну власність. Корпоративні витрати на дослідження та розробки також є низькими в Європейському Союзі порівняно з міжнародними конкурентами – 1,5% ВВП у ЄС у 2020 році проти 2,6% у США та Японії. Дані Інвестиційного огляду ЄІБ (EIBIS) показують, що компанії ЄС менш схильні до інновацій або впровадження нових технологій, ніж компанії США. Інвестиції, спрямовані на обмеження кліматичних змін, зростають, але все ще значно нижчі, ніж необхідно для досягнення цілі Європи щодо нульових чистих викидів до 2050 року. Інвестиції в клімат ЄС відновилися після падіння під час пандемії, але інвестиції необхідно значно збільшити, якщо Європа хоче досягти цієї цілі. Для того, щоб Європейський Союз скоротив викиди парникових газів на 55% до 2030 року, необхідні інвестиції в розмірі 1 трильйона євро на рік. Це на 356 мільярдів євро на рік більше, ніж у 2010-2020 роках.

У той час як Європа відстає від Сполучених Штатів у цифрових інноваціях, «зелені» технології поки що виділялися як сфера, де Європейський Союз лідирував. Європа є лідером у патентах на екологічно чисті технології, що використовуються для сталої мобільності, розумних мереж і вітрової енергії, тоді як у сфері накопичення енергії та, меншою мірою, сонячної енергії вона домінує в США та Китаї. Щоб залишатися конкурентоспроможною, Європі потрібно консолідувати свої позиції та розширити свою участь у більш передових інноваціях, таких як водневі технології. Сталі державні інвестиції є важливим доповненням до приватних інвестицій, але вони знаходяться під загрозою. Так, державні інвестиції зазвичай є більш вразливими, ніж інші види державних витрат у часи економії. Жорсткіша монетарна політика в поєднанні з боргом, накопиченим під час пандемії, може тиснути на уряди, щоб консолідувати свої фінанси шляхом скорочення державних інвестицій. Аналіз останніх п'яти десятиліть показує, що збереження або прискорення державних інвестицій під час криз пов'язане з меншими економічними наслідками в середньостроковій перспективі, яке вимірюється економічним результатом.

Інвестиції місцевого самоврядування (наприклад, у цифрову інфраструктуру, освіту, дослідження та розробки) заохочують зростання та приватні інвестиції. Цей ефект особливо сильний під час спадів. Так, компанії в регіонах з відносно швидкими інтернет-послугами були на 7,1% продуктивнішими, ніж інші фірми. Країни повинні захистити державні інвестиції, зробивши їх пріоритетом у національних бюджетах. Ефективне впровадження Фонду відновлення та стійкості вартістю 723,8 мільярда євро допоможе багатьом країнам це зробити. Цей механізм становить приблизно 1% ВВП ЄС, який буде виплачено протягом чотирьох років, або майже одну третину загальних державних інвестицій.

Енергетична криза та інфляція непропорційно впливають на бідні домогосподарства та людей, які вже опинилися в невідгідному стані. Незважаючи на громадську підтримку, фінансове становище бідніших, молодших і менш кваліфікованих людей погіршилося в результаті кризи. Ці групи також більше страждають від зростання цін, враховуючи, що вони витрачають більшу частку

свого доходу на їжу та енергію, мають менше заощаджень, на які можна розраховувати, і, як правило, більш вразливі до впливу інфляції. Регіональна згуртованість також під загрозою, оскільки менш розвинені регіони Східної Європи більш схильні до економічної та політичної напруги. Одним із факторів є невизначеність, створена війною в Україні, яка дещо вища у Східній Європі, і яка діє як головний стримуючий фактор для приватних інвестицій. Регіонам згуртованості також бракує технічних можливостей, необхідних для доступу до державних фондів або фондів ЄС та збільшення інвестицій. По всій Європі 69% муніципалітетів вважають перешкодою відсутність навичок оцінки навколишнього середовища та клімату. Цифрові навички, інженерні та інші технічні навички, а також розуміння нормативних документів не відстають від загальної тенденції.

Отже, ЄС потребує великих інвестицій у майбутнє. Правильне поєднання політики, підтримки та стимулів може стимулювати приватні інвестиції та захистити державні інвестиції від скорочення бюджету. Політики ЄС і країни повинні діяти рішуче, щоб створити сприятливе для інвестицій середовище. Зокрема, їм потрібно забезпечити ясність і зберегти стимули для просування трансформації Європи. Відповідь на енергетичний шок має закласти основу для більш ефективного та надійного енергетичного ринку ЄС, подолання невизначеності та визначення чіткого, амбіційного шляху для переходу на зелені інвестиції. Варто звернути увагу на каталітичний ефект державних інвестицій, щоб залучити інвестиції приватного сектору, залучаючи такі ресурси, як Фонд відновлення та стійкості, щоб захистити державні інвестиції від скорочення витрат і мінімізувати економічні шоки в довгостроковій перспективі. Варто звернути увагу на фінансові інструменти, що поглинають ризики, щоб допомогти захистити стратегічні інвестиції приватного сектора. Так, кредитні та гарантійні інструменти для малих і середніх компаній і венчурний борг для фірм з високим потенціалом зростання можуть позитивно вплинути на інвестиції та інновації, протидіючи провалам ринку, що впливаючи на менші фірми та інноваційні інвестиції з вищим ризиком. Варто зменшити непотрібні адміністративні бар'єри для інвестицій і звернути увагу на технічні навички, особливо для компаній і муніципалітетів у регіонах об'єднання, і зокрема для більш складних зелених і цифрових цілей. Також потрібно посилити підтримку інновацій, які залишаються вирішальними на різних етапах зміни клімату, зберігаючи при цьому переваги єдиного європейського ринку. Нескоординовані відповіді ризикують підірвати згуртованість саме тоді, коли члени ЄС стикаються з ширшими наслідками пандемії, зміни клімату та енергетичного шоку.

Перелік використаних джерел:

1. EIB Investment Report 2022/2023. Resilience and renewal in Europe. 2023. 276 p. URL: <https://www.doi.org/10.2867/307689>
2. Brutscher, P.B., Coali, A., Delanote, J. and Harasztosi. "EIB Group survey on investment and investment finance: A technical note on data quality." EIB Working Paper 2020/08. 2020.

3. Ferrando, A., Ludice, M., Altomonte, C., Blank, A., Felt, M.H., Meinen, P., Neugebauer, K. and Siedschlag, J. "Assessing the financial and financing conditions of firms in Europe: the financial module in CompNet." ECB Working Paper No 1836. 2015.

Матвій Мацінура
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ГЕЙМІФІКАЦІЯ В УПРАВЛІННІ РИЗИКАМИ ТА ПІДВИЩЕННІ СТІЙКОСТІ МУЛЬТИНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

Гейміфікація, як стратегічний інструмент управління та підвищення стійкості мультинаціональних корпорацій в умовах глобальної нестабільності, відіграє важливу роль у вирішенні ризиків та забезпеченні успішного функціонування бізнесу. Розглянемо роль гейміфікації в управлінні ризиками та підвищенні стійкості мультинаціональних корпорацій з більш детальним оглядом:

- підвищення усвідомленості про ризики: гейміфікація може бути використана для навчання персоналу про потенційні ризики, зокрема щодо фінансових та операційних викликів у глобальному середовищі. Інтерактивні ігри та симуляції дозволяють залучити працівників до вивчення складних сценаріїв та навчити їх ефективно реагувати на них;

- стимулювання участі та співпраці: гейміфікація може сприяти створенню змагальної атмосфери серед персоналу, що спонукає до активної участі у процесах управління ризиками. Використання лідербордів, бейджів та винагород допомагає залучити увагу та мотивувати співробітників до спільної роботи над зменшенням ризиків;

- розвиток стратегічного мислення: гейміфікація може сприяти розвитку навичок стратегічного мислення серед керівництва та персоналу компанії. Вирішення гейміфікованих завдань та викликів може допомогти працівникам вивчити та розвинути навички управління ризиками та прийняття стратегічних рішень;

- покращення комунікації та звітування: гейміфікація може бути використана для стимулювання ефективної комунікації та звітування щодо ризиків у всіх рівнях організації. Інтерактивні платформи та інструменти гейміфікації дозволяють створювати зручні канали комунікації, де співробітники можуть обмінюватися інформацією та спільно працювати над ризиками;

- підвищення мотивації та залучення до процесу управління ризиками: гейміфікація може надихнути персонал компанії на активну участь у процесі управління ризиками, зробивши цей процес цікавим та захоплюючим. Використання ігор, конкурсів та винагород дозволяє підтримувати високий рівень мотивації серед співробітників та стимулює їх активну участь у процесах

зменшення ризиків. Гейміфікація також може сприяти вдосконаленню системи навчання та розвитку персоналу в мультинаціональних корпораціях. Використання гейміфікованих методів навчання дозволяє підвищити зацікавленість працівників у процесі вивчення нової інформації, забезпечуючи більшу залученість та збереження знань [1].

Також, гейміфікація може мати значний вплив на збільшення залученості клієнтів та покращення їхнього досвіду з взаємодії з продуктами або послугами корпорації. Використання гейміфікованих елементів у програмах лояльності або маркетингових кампаніях може сприяти збільшенню зацікавленості клієнтів та підвищенню їхньої активності (Табл. 1).

Таблиця 1

Використанням гейміфікації в управлінні та підвищенні стійкості мультинаціональних корпорацій [2; 3]

Аспекти	Управління ризиками	Підвищення стійкості
Усвідомленість про ризики	навчання про потенційні ризики, використання інтерактивних ігор та симуляцій	підвищення гнучкості та адаптивності, створення позитивного робочого середовища, сприяння покращенню комунікації та звітування
Участь та співпраця	стимулювання участі через лідерборди, бейджі та винагороди	залучення клієнтів та покращення їхнього досвіду з взаємодії з продуктами або послугами
Розвиток стратегічного мислення	розвиток навичок стратегічного мислення через гейміфіковані завдання та виклики	створення позитивного робочого середовища, підвищення мотивації та залучення до процесу управління ризиками
Комунікація та звітування	зручні канали комунікації, гейміфіковані платформи та інструменти	оптимізація управлінських процесів через використання гейміфікованих інструментів та платформ

Гейміфікація, як стратегічний інструмент управління та підвищення стійкості мультинаціональних корпорацій в умовах глобальної нестабільності, відіграє важливу роль у вирішенні ризиків та забезпеченні успішного функціонування бізнесу. Гейміфікація виступає як інноваційний підхід до управління, що використовує принципи гри для стимулювання участі, мотивації та розвитку у персоналу. Цей підхід дозволяє підвищити усвідомленість про ризики серед працівників шляхом використання інтерактивних ігор та симуляцій, що дозволяють краще зрозуміти та ефективно реагувати на складні сценарії. Стимулювання участі та співпраці через лідерборди та винагороди сприяє підвищенню зацікавленості працівників у процесах управління ризиками.

Гейміфікація також сприяє розвитку стратегічного мислення та навичок управління ризиками серед персоналу, допомагаючи працівникам вчитися приймати обгрунтовані та стратегічні рішення. Крім того, вона сприяє покращенню комунікації та звітування, надаючи зручні канали для обміну інформацією та спільної роботи над ризиками. Підвищення мотивації та залучення до процесу управління ризиками є ще одним важливим аспектом гейміфікації. Використання ігор, конкурсів та винагород стимулює працівників до активної участі та співпраці, що веде до покращення результатів та зниження

ризиків [4]. У цілому, гейміфікація дозволяє мультинаціональним корпораціям ефективніше управляти ризиками та збільшувати свою стійкість у нестабільних умовах, надаючи інноваційні методи для залучення персоналу, підвищення мотивації та розвитку необхідних навичок.

У сучасному світі, де бізнес-середовище постійно змінюється та викликає нестабільність, важливо мати ефективні інструменти управління та забезпечення стійкості для мультинаціональних корпорацій. Одним з таких інноваційних інструментів є гейміфікація, яка виявляється не лише цікавим методом, а й потужним інструментом для управління ризиками та підвищення стійкості. Гейміфікація вносить свіжий погляд на традиційні методи управління, дозволяючи залучити персонал до активної участі, підвищити їхню мотивацію та розвинути необхідні навички. Інтерактивні ігри, виклики та системи винагород допомагають створити позитивне та стимулююче середовище, де працівники готові ефективно реагувати на ризики та приймати стратегічні рішення. Підсумовуючи, гейміфікація є перспективним інструментом управління ризиками та підвищення стійкості мультинаціональних корпорацій в умовах глобальної нестабільності. Її впровадження може призвести до значного покращення ефективності бізнесу, збільшення конкурентоспроможності та зниження ризиків, що стикаються компанії в сучасному світі.

Перелік використаних джерел:

1. Arias-Vargas M., Sanchis R., Poler R. Gamification for Decision-Making When Facing Disruptive Events in the Supply Chain. In The International Conference on Industrial Engineering and Industrial Management Cham: Springer International Publishing. 2022. pp. 309-314.
2. Gheorghe A. V., Katina P. F. Gamification for Resilience: Resilient Informed Decision Making. John Wiley & Sons. 2023.
3. Groth O. The Great Remobilization: Strategies and Designs for a Smarter Global Future. MIT Press, 2023.
4. Skritsovali K. Learning through playing: appreciating the role of gamification in business management education during and after the COVID-19 pandemic. Journal of Management Development. 2023. № 42(5). pp. 388-398.

Сергій Кучер

Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В УПРАВЛІННІ ГЛОБАЛЬНИМИ ЛАНЦЮГАМИ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ

Соціальна відповідальність в управлінні глобальними ланцюгами доданої вартості є ключовим аспектом сучасного бізнесу. Це відображення поступового розвитку сприйняття підприємством його впливу на суспільство, середовище та економіку в межах глобального контексту. В контексті зростаючих екологічних

та соціальних проблем, соціальна відповідальність управління глобальними ланцюгами доданої вартості стає стратегічним інструментом, який дозволяє підприємствам не тільки забезпечувати стійкість своїх бізнес-процесів, але й активно впливати на покращення умов життя суспільства та збереження навколишнього середовища. Соціальна відповідальність стає все більш визначальним аспектом сучасного бізнесу, особливо в контексті глобальних ланцюгів доданої вартості. Вона обумовлює комплекс заходів та ініціатив, спрямованих на підтримку сталих та етичних практик у всіх етапах виробництва та постачання. Управління глобальними ланцюгами доданої вартості з врахуванням соціальної відповідальності вимагає від компаній не лише дотримання законодавчих норм, а й перевищення їх через запровадження власних стандартів соціальної відповідальності. Етичні норми та стандарти грають ключову роль. Вони включають справедливі умови праці, заборону дитячої праці, гарантування безпечних і здорових умов праці, а також справедливу оплату праці [1]. Компанії, що активно впроваджують ці принципи у свої глобальні ланцюги, часто використовують сторонні аудити для перевірки дотримання стандартів на всіх рівнях постачання.

Екологічна відповідальність є ще одним критичним аспектом. Вона вимагає від компаній зменшення негативного впливу на довкілля через оптимізацію процесів, використання відновлюваних ресурсів та мінімізацію відходів. Практики, такі як відновлення матеріалів та утилізація, стають все більш поширеними серед провідних глобальних брендів. Соціальна справедливість і рівність – це ще одне важливе поле для втілення соціальної відповідальності. Це означає створення рівних можливостей для працівників, незалежно від їхньої статі, раси чи етнічного походження, а також підтримку місцевих спільнот через соціальні інвестиції та розвиткові програми. Впровадження цих принципів соціальної відповідальності в управління глобальними ланцюгами доданої вартості не лише сприяє сталому розвитку та етичному бізнесу, а й забезпечує компаніям конкурентну перевагу [2]. Споживачі стають все більш обізнаними щодо процесів виробництва товарів, які вони купують, і часто віддають перевагу продукції компаній, що демонструють високі стандарти соціальної відповідальності.

Зрештою, соціальна відповідальність в управлінні глобальними ланцюгами доданої вартості відкриває нові горизонти для бізнесу, сприяючи створенню справедливої, безпечної та екологічно сталої глобальної економіки. Соціальна відповідальність в управлінні глобальними ланцюгами доданої вартості означає взяття на себе відповідальності за вплив підприємства на суспільство та довкілля на кожному етапі виробничого процесу. Це охоплює багато аспектів, включаючи економічний вплив на місцеву економіку, стандарти праці, охорону довкілля, взаємовідносини з місцевими спільнотами тощо. Соціально відповідальні підприємства враховують потреби та очікування різних зацікавлених сторін, від інвесторів і споживачів до працівників і суспільства загалом. Соціальна відповідальність в управлінні глобальними ланцюгами доданої вартості стала основною стратегічною ініціативою для багатьох великих корпорацій. Наприклад, компанія Unilever веде програму «Sustainable Living Plan»,

спрямовану на зменшення впливу її бізнесу на довкілля та збільшення позитивного соціального впливу. Ця програма охоплює всі аспекти бізнесу, включаючи постачання сировини, виробництво, упаковку, розподіл та використання продуктів [3].

Соціальна відповідальність в управлінні глобальними ланцюгами доданої вартості має велике значення для сучасних підприємств з різних причин: забезпечення стійкості бізнесу: соціально відповідальні підприємства зазвичай мають більш стійкі бізнес-моделі, оскільки їхні дії враховують потреби та очікування різних зацікавлених сторін. Це дозволяє їм уникати потенційних конфліктів із співробітниками, клієнтами, акціонерами та іншими стейкхолдерами, що сприяє сталому розвитку та довгостроковому успіху. Забезпечення безпечних умов праці не лише підвищує якість життя працівників, а й сприяє збереженню їхнього здоров'я, що, в свою чергу, позитивно впливає на продуктивність і результативність роботи. Мінімізація впливу на довкілля допомагає зберегти ресурси та зменшити негативний вплив на клімат і біорізноманіття. Підтримка місцевих спільнот дозволяє створити сприятливе соціальне середовище для розвитку людей та підвищення їхнього рівня життя. Застосування етичних стандартів у веденні бізнесу сприяє формуванню довіри до компанії як до соціально відповідального гравця на ринку. Транспарентність та звітність у діяльності підприємства дозволяють зацікавленим сторонам відстежувати його успіхи у впровадженні соціально відповідальних ініціатив та спрямовувати їх на подальше вдосконалення.

Перелік використаних джерел:

1. Yeoman R., Santos M. M. Global value chains, reputation, and social cooperation. In Global aspects of reputation and strategic management. Emerald Publishing Limited. 2019. Vol. 18, pp. 69-91.
2. De Marchi V., Gereffi G. Using the global value chain framework to analyse and tackle global environmental crises. Journal of Industrial and Business Economics. 2023. № 50(1). pp. 149-159.
3. Herkenhoff P., Krautheim S., Semrau F. O., Steglich, F. Corporate Social Responsibility along the global value chain. Journal of Development Economics. 2024. № 167. pp. 103236.

Назар Чиж
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ГЛОБАЛЬНА КОНКУРЕНЦІЯ ТА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ГІГАНТІВ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

У сучасному світі технологічні гіганти стикаються зі значними викликами через економічну нестабільність та глобальну конкуренцію. Швидкі зміни на

ринках, геополітичні напруги, торгові війни, а також непередбачуваність економічних умов створюють складність для стратегічного розвитку цих компаній. Глобальна конкуренція між технологічними гігантами, такими як Apple, Google, Microsoft, та інші, стимулює пошук інноваційних рішень та стратегій. Ці компанії змушені постійно адаптуватися до змін у ринкових умовах, шукати нові можливості для зростання та вдосконалення своїх продуктів та послуг. Економічна нестабільність може впливати на фінансове здоров'я технологічних компаній, змушуючи їх раціоналізувати витрати, шукати ефективніші способи управління та інвестування. В той же час, ця нестабільність може створювати нові можливості для розвитку, оскільки компанії можуть використовувати кризові ситуації для здобуття конкурентних переваг.

Стратегії розвитку технологічних гігантів в умовах економічної нестабільності включають в себе різноманітні підходи, такі як інвестиції в дослідження та розробки нових технологій, пошук нових ринків та аудиторій, а також партнерство з іншими компаніями для спільного розвитку та впровадження інноваційних продуктів. Важливим елементом стратегії розвитку технологічних гігантів є також управління ризиками. Це охоплює не лише фінансовий ризик, а й технологічний, репутаційний, та інші види ризиків, що виникають у змінних умовах економічної нестабільності [1]. Загалом, технологічні гіганти в умовах економічної нестабільності повинні бути гнучкими та інноваційними, готовими адаптуватися до змін та шукати нові шляхи для забезпечення свого успіху в глобальному ринковому середовищі.

Так, наприклад під час економічних криз компанія Apple активно використовує свою стратегію диверсифікації продуктів та послуг. Наприклад, у періоди зниження споживчого попиту на дорогі продукти, такі як iPhone, компанія акцентує увагу на розвитку інших напрямків, таких як платформи для стрімінгу контенту (наприклад, Apple Music та Apple TV+), а також розширення географічного охоплення, зокрема в країнах, що розвиваються.

Google активно використовує свої технології для адаптації до економічної нестабільності. Наприклад, використання алгоритмів машинного навчання та штучного інтелекту допомагає підприємствам оптимізувати свої витрати та збільшувати ефективність своїх операцій в умовах кризи. Крім того, Google надає інноваційні послуги для дистанційної роботи та навчання, що стає актуальним у періоди пандемії та економічної нестабільності [2].

Microsoft використовує стратегію хмарних технологій для адаптації до змін у економічному середовищі. Під час кризи компанії та організації шукають способи ефективного зберігання та обробки даних, а також зменшення витрат на ІТ-інфраструктуру. Послуги хмарного обчислення від Microsoft, такі як Azure, надають підприємствам можливість збільшити свою гнучкість та швидкість реагування на зміни в економічному середовищі.

Ці приклади демонструють, що технологічні гіганти використовують інноваційні підходи та технології для адаптації до економічної нестабільності та збереження конкурентних переваг. Розвиток нових продуктів та послуг, використання технологій штучного інтелекту та машинного навчання, а також

стратегії диверсифікації допомагають їм успішно опікуватися у складних умовах глобального ринку.

У світі постійних змін і економічної нестабільності технологічні гіганти виступають у ролі каталізаторів інновацій та показників гнучкості в управлінні. Вони демонструють, як компанії можуть успішно пристосовуватися до складних умов глобального ринку, використовуючи нові технології, стратегії диверсифікації та інноваційні підходи [3].

Аналізуючи діяльність таких компаній, як Apple, Google, Microsoft, можна побачити, що вони не лише адаптуються до змін, а й активно створюють майбутнє. Вони використовують свої технології та знання, щоб розвивати нові ринки, оптимізувати процеси управління та навіть сприяти соціальному прогресу. Головне, що підтверджується цим дослідженням, - це те, що в епоху нестабільності та змін, технологічні компанії мають унікальну можливість перетворювати виклики на можливості. Шлях до успіху лежить у постійному інноваційному розвитку, гнучкому реагуванні на зміни та використанні новітніх технологій як інструменту для досягнення стратегічних цілей. Отже, технологічні гіганти виступають як приклад та натхнення для інших компаній, показуючи, що навіть у складних умовах можна досягати успіху через інновації, стратегічне керівництво та гнучкість.

Перелік використаних джерел:

1. Teece D. J. A wider-aperture lens for global strategic management: The multinational enterprise in a bifurcated global economy. *Global Strategy Journal*. 2022. № 12(3). pp. 488-519.

2. Zhyvko M. A., Vivchar S. F. Strategies for navigating in the fragmentation conditions of global finance and economic digitalization: contemporary trends in TNC management. *Problems of Economy*. 2023. № 57(3). DOI: 10.32983/2222-0712-2023-3-15-24

3. Vanhemping E. G. Geo-economic determinants of sustainable development of the state in the modern world: foreign analytics. *Journal of Economic Research & Business Administration*. 2023. 146(4).

Максиміліян Козій

Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ МЕРЕЖАМИ ДЛЯ ЗМЕНШЕННЯ ВПЛИВУ НА НАВКОЛИШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ

Логістичні мережі відіграють важливу роль у світовій економіці, сприяючи переміщенню товарів і послуг по всьому світу. Однак залежність промисловості від викопного палива та неефективних процесів значно вплинула на довкілля. Останніми роками все більше уваги приділяється впровадженню екологічних практик у галузі логістики, щоб мінімізувати її вплив на навколишнє середовище

та сприяти більш екологічному майбутньому. Для встановлення стійких практик доставки в галузі логістики важливою є інтеграція відновлюваних ланцюжків поставок. Використовуючи відновлювані джерела енергії, такі як сонячна та вітрова, логістичні компанії можуть значно зменшити свій вуглецевий слід. Використання альтернативних джерел енергії для складських операцій, транспортування та пакувальних матеріалів може призвести до значного зниження викидів парникових газів. Впровадження зелених ланцюгів постачання дає кілька переваг.

По-перше, це зменшує залежність від викопного палива, яке є обмеженим і сприяє зміні клімату. По-друге, компанії, які впроваджують стійкі енергетичні рішення, можуть насолоджуватися довгостроковою економією витрат за рахунок мінімізації витрат на електроенергію. Крім того, це дозволяє підприємствам узгоджуватися з екологічними нормами, підвищуючи їх репутацію соціально відповідальних організацій.

Стратегії управління логістичними мережами, через практики сталого розвитку в галузі логістики виходять за рамки простого скорочення викидів вуглецю, оскільки вони охоплюють цілісний підхід, який розглядає весь ланцюг постачання, від постачання сировини до кінцевої доставки [1]. Впроваджуючи екологічні практики доставки, логістичні компанії можуть досягти кількох переваг:

1. Екологічні переваги – екологічна практика доставки допомагає мінімізувати вплив на навколишнє середовище. Оптимізуючи маршрути та використовуючи енергоефективні транспортні засоби, компанії можуть зменшити викиди парникових газів, забруднення повітря та шумове забруднення.

2. Економія коштів – впровадження практики сталого постачання може призвести до значної економії коштів. Оптимізуючи маршрути та підвищуючи ефективність палива, компанії можуть зменшити споживання палива та витрати на транспортування, через впровадження екологічно чистих технологій, таких як електромобілі, може допомогти знизити витрати на обслуговування та експлуатацію в довгостроковій перспективі.

3. Покращена репутація – споживачі все більше усвідомлюють вплив компанії на навколишнє середовище та зусилля щодо сталого розвитку. Застосовуючи екологічну практику доставки, логістичні компанії можуть підвищити репутацію свого бренду та залучити екологічно свідомих клієнтів.

Щоб досягти цілей сталого розвитку, логістичні компанії можуть впроваджувати різноманітні практики у своїй діяльності, які є ефективними [2]:

1. Оптимізація маршруту: використовуючи сучасне програмне забезпечення та технології планування маршрутів, логістичні компанії можуть оптимізувати маршрути доставки, зменшуючи пробіг і споживання палива. Це не тільки мінімізує вплив на навколишнє середовище, але також підвищує ефективність і скорочує час доставки.

2. Транспортні засоби на альтернативному паливі: заміна традиційних транспортних засобів, що працюють на паливі, альтернативними видами палива, такими як електричні або гібридні транспортні засоби, є чудовою екологічною

практикою доставки. Електромобілі виробляють нульові викиди вихлопної труби, зменшуючи забруднення повітря та залежність від викопного палива.

3. Зелене складування: складські операції є ще одним важливим аспектом логістичної галузі, який може отримати вигоду від сталої практики доставки. Застосування енергоефективних технологій, таких як світлодіодне освітлення та інтелектуальні системи опалення, вентиляції та кондиціонування, може значно зменшити споживання енергії.

4. Модальний зсув: зміщення видів транспорту передбачає перехід від автомобільного транспорту до більш стійких видів транспорту, таких як залізничний або морський. Залізничний транспорт, наприклад, є більш енергоефективним і викидає менше парникових газів у порівнянні з автомобільним транспортом. Переходячи на ці альтернативні способи, логістичні компанії можуть значно зменшити свій вуглецевий слід.

5. Оптимізація упаковки: оптимізація пакувальних матеріалів і технологій може зменшити утворення відходів і покращити використання простору. Використання екологічно чистих пакувальних матеріалів, таких як біологічно розкладанні або перероблені, допомагає мінімізувати вплив на навколишнє середовище.

6. Інновації «Останньої милі»: часто є найскладнішою та ресурсомісткою частиною логістичного процесу. Застосування інноваційних рішень, як-от доставка безпілотниками, електричні велосипеди чи пішохідні кур'єри для доставки на короткі відстані, може значно зменшити викиди вуглецю та затори в містах. Ці альтернативи не тільки сприяють стійкості, але й пропонують економічно ефективні варіанти, що економлять час.

7. Зворотна логістика та циркулярна економіка: застосування методів зворотної логістики дозволяє компаніям ефективно керувати поверненням продукції, ремонтом і переробкою. Застосовуючи підхід циркулярної економіки, коли ресурси повторно використовуються та переробляються, постачальники послуг логістики можуть зменшити кількість відходів, зберегти ресурси та зробити внесок у більш стійкий ланцюжок поставок.

Вплив сталої практики доставки, досягається через запровадження стійких практик у логістичній галузі може мати далекосяжні наслідки [3]:

1. Зниження вуглецевого сліду: застосування сталої практики доставки допомагає зменшити викиди вуглецю, сприяючи глобальним зусиллям із пом'якшення кліматичних змін. Зводячи до мінімуму вплив галузі на навколишнє середовище, логістичні компанії можуть відігравати значну роль у побудові сталого майбутнього.

2. Відповідність нормативним вимогам: багато країн запровадили суворі екологічні норми, які зобов'язують компанії прийняти екологічну практику. Активно впроваджуючи ці практики, логістичні компанії можуть забезпечити дотримання нормативних вимог і уникнути можливих штрафів або юридичних проблем.

3. Інновації та співпраця: прагнення до сталого розвитку часто стимулює інновації та співпрацю в галузі. Прийнявши сталість, логістичні компанії стимулюють досліджувати нові технології та процеси, які можуть ще більше

підвищити ефективність і зменшити вплив на навколишнє середовище. Ця культура інновацій може призвести до позитивних трансформацій у галузі в цілому.

4. Стійкість глобального ланцюга поставок: сталі практики доставки також підвищують стійкість глобальних ланцюгів поставок. Завдяки диверсифікації методів транспортування, оптимізації управління запасами та впровадження стійких стратегій зменшення ризиків компанії можуть краще реагувати на збої та забезпечити безперервність роботи [4].

Підсумовуючи, запровадження сталої практики в галузі логістики має вирішальне значення для мінімізації її впливу на навколишнє середовище та сприяння більш екологічному майбутньому. Інтегруючи відновлювані ланцюжки постачання, оптимізуючи маршрути, використовуючи транспортні засоби на альтернативних видах палива, впроваджуючи екологічні складські приміщення, переходячи на більш екологічні види транспорту, оптимізуючи пакування, використовуючи інновації «останньої милі», впроваджуючи зворотну логістику та приймаючи принципи циклічної економіки, логістичні компанії можуть досягти значних переваги.

Ці переваги включають зменшення викидів вуглекислого газу, економію коштів за рахунок підвищення ефективності, покращення репутації та позиції на ринку, відповідність екологічним нормам, стимулювання інновацій та співпраці, а також підвищення стійкості глобальних ланцюгів постачання. Стійкі практики не тільки сприяють пом'якшенню зміни клімату, але й пропонують довгострокові економічні переваги та задовольняють зростаючий попит на екологічно відповідальні послуги.

Застосовуючи сталість, галузь логістики може позитивно впливати на навколишнє середовище, одночасно сприяючи економічному зростанню та зберігаючи ефективність роботи.

Перелік використаних джерел:

1. Lo Storto C., & Evangelista P. Infrastructure efficiency, logistics quality and environmental impact of land logistics systems in the EU: A DEA-based dynamic mapping. *Research in Transportation Business & Management*. 2023. № 46. p 100814.
2. Vazquez-Noguerol Mar, et al. Collaborative Network Model to Reduce Logistics Costs in a Competition Environment. In: *Working Conference on Virtual Enterprises*. Cham: Springer Nature Switzerland. 2023. p. 93-106.
3. Liu W. The digital economy and environmental pollution: new evidence based on the support of logistics development. *Journal of Cleaner Production*. 2023. № 427. p. 139210.
4. Nitsche B., Straube F. Current State and Future of International Logistics Networks – The Role of Digitalization and Sustainability in a Globalized World. *Logistics*. 2023. № 7(4). p. 83.

Богдан Харковський
PhD студент,
Західноукраїнський національний університет,
м. Тернопіль
Науковий керівник:
доктор економічних наук, професор Зварич Р.Є.

ЕКОЛОГІЧНА ТРАНСФОРМАЦІЯ ЕНЕРГЕТИЧНОГО РИНКУ ЄС: REPOWEREU – ЯК МОЖЛИВІСТЬ ПОЗБУТИСЬ ЗАЛЕЖНОСТІ ВІД РОСІЙСЬКОГО ГАЗУ

Протягом багатьох років одним із важливих джерел енергетики ЄС були російські енергоресурси такі як природний газ, однак Європейський союз з кожним роком шукав альтернативи в вигляді переходу до зеленої енергії та інші джерела викопних енергоресурсів, та ключовий момент переходу настав як результат реакції на повномасштабне російське вторгнення.

План REPowerEU був вперше анонсований Європейською комісією у Травні 2022 року, його основна мета це припинення залежності ЄС від російського викопного палива та прискорення переходу до зеленої енергетики. Цей план передбачає додаткові інвестиції у розмірі 210 мільярдів євро, які мають бути розподілені між приватним та державним секторами до 2027 року. Процес трансформації європейської енергетичної системи має на меті вирішити одразу дві проблеми: зменшення залежності ЄС від російського вугілля та газу, які часто використовуються як економічна та політична зброя, та друга, не менш важлива, проблема це - боротьба з кліматичною кризою. План REPowerEU передбачає впровадження заходів, таких як енергозбереження, диверсифікація джерел енергопостачання та прискорена заміна вугілля та газу відновлюваною енергією в будівництві, промисловості та виробництві електроенергії.[1]

Однією з ключових ініціатив плану є енергозбереження, оскільки це найшвидший та найефективніший спосіб суттєво зменшити використання енергії, а відповідно і побороти залежність від російських енергоресурсів без критичної шкоди для енергоринку. Європейська комісія запропонувала посилити довгострокові заходи з енергоефективності, включаючи підвищення обов'язкової цілі енергоефективності з 9% до 13% відповідно до законодавства «Зеленої угоди», пов'язаного з пакетом "Fit for 55".

Наступним кроком плану є зменшення використання традиційного палива у промисловості та транспорті. Перехід від нафти та газу до більш екологічно чистих, зелених джерел енергії може сприяти зменшенню викидів CO₂ і підвищенню конкурентоспроможності. Реалізація енергозбереження, електрифікації та розширення використання зелених енергоресурсів, таких як водень, біогаз і біометан, у промисловому секторі в поєднанні із заходами, запланованими в рамках ініціативи "Fit for 55", може призвести до економії 35 мільярдів кубічних метрів природного газу до 2030 року. Щоб підвищити енергоефективність та прискорити перехід до транспорту з нульовими викидами, Європейська комісія розглядає пакет екологізації вантажних перевезень, та

законодавча ініціатива, спрямована на збільшення частки автомобілів з нульовим рівнем викидів у державних і корпоративних автопарках.[2]

План REPowerEU також включає в себе широкомасштабне розширення та прискорене використання відновлювальних джерел енергії у секторі енергетики, промисловості та будівництві. Комісія пропонує збільшити загальну ціль щодо використання зеленої енергії до 45% до 2030 року в рамках пакету "Fit for 55". Ці амбіції створюють основу для реалізації ряду інших ініціатив, зокрема:

- Спеціально розроблена сонячна стратегія ЄС, спрямована на подвоєння потужності виробництва сонячної енергії до 2025 року та досягнення загального рівня потужності 600 ГВт до 2030р.
- Програма сонячних дахів, що передбачає етапне юридичне зобов'язання стосовно встановлення сонячних панелей на нових будівлях, а також на нових житлових будинках.
- Заходи з подвоєння впровадження теплових насосів та інтеграції геотермальної та сонячної теплової енергії в сучасні централізовані системи комунального теплопостачання.[3]

Усі ці та інші методи та дії в кінцевому результаті зможуть зіграти ключову роль в подоланні залежності від російських викопних ресурсів та в екологічній трансформації енергетичного ринку Європейського союзу.

Перелік використаних джерел:

1. Energy transition in the EU - European Parliament. URL: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2023/754623/EPRS_BRI\(2023\)754623_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2023/754623/EPRS_BRI(2023)754623_EN.pdf)
2. REPowerEU: A plan to rapidly reduce dependence on Russian fossil fuels. URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_3131
3. RePowerEU Plan : Joint European action on renewable energy and energy efficiency. URL: <https://www.iea.org/policies/15691-repowereu-plan-joint-european-action-on-renewable-energy-and-energy-efficiency>

Юрій Онукевич

Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

АУТСОРСИНГ УПРАВЛІННЯ ТЕХНІЧНОЮ ІНФРАСТРУКТУРОЮ В МУЛЬТИНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЯХ

У сучасному світі, де конкуренція на ринку надзвичайно висока, мультинаціональні корпорації стикаються з непростими завданнями щодо забезпечення ефективного та надійного функціонування своєї технічної інфраструктури. Зростаючі вимоги до швидкості, якості та безпеки послуг вимагають від цих компаній не лише постійного розвитку, а й пошуку ефективних стратегій управління. Одним з таких стратегічних рішень є аутсорсинг управління технічною інфраструктурою, який є процесом

делегування функцій з управління та підтримки технічних систем та обладнання зовнішнім постачальникам, спеціалізованим у цій галузі. Цей підхід дозволяє мультинаціональним корпораціям сконцентрувати свої зусилля на стратегічних аспектах бізнесу, забезпечуючи водночас ефективну роботу технічної інфраструктури.

Аутсорсинг непрофільних видів діяльності надає мультинаціональним корпораціям економічну та конкурентні переваги, такі як реструктуризація витрат, підвищення якості, час для зосередження на основному бізнесі та інноваціях, швидкість виходу на ринок, збільшення доходу тощо [1]. У результаті цих переваг мультинаціональні корпорації все частіше використовують аутсорсинг як частину своєї глобальної корпоративної стратегії.

Аутсорсинг управління технічною інфраструктурою стає все більш популярним рішенням для мультинаціональних корпорацій, які прагнуть оптимізувати свої витрати та підвищити ефективність роботи. Такий підхід дозволяє компаніям сконцентруватися на своїх основних напрямках діяльності, делегуючи технічні аспекти зовнішнім фахівцям (Табл. 1).

Таблиця 1

Переваги та виклики аутсорсингу управління технічною інфраструктурою в мультинаціональних корпораціях

Переваги аутсорсингу	Виклики аутсорсингу
Оптимізація витрат	Управління відносинами з постачальником послуг
Доступ до передових технологій	Безпека даних
Гнучкість та масштабованість	Залежність від постачальника
Фокус на основній діяльності	
Вибір постачальника послуг	
Репутація та досвід	важливо вибирати компанії з бездоганною репутацією та великим досвідом роботи в сфері управління технічною інфраструктурою;
Технологічні можливості	постачальник має бути оснащений сучасними технологіями та мати високу кваліфікацію у їх застосуванні;
Безпека та дотримання норм	компанія-постачальник має дотримуватися міжнародних стандартів безпеки даних та інформаційних технологій.

Аутсорсинг управління технічною інфраструктурою в мультинаціональних корпораціях – це стратегічний підхід, що передбачає делегування частини або всіх функцій управління технічними системами та обладнанням зовнішнім постачальникам, може охоплювати управління інформаційними технологіями, мережами, обладнанням, технічною підтримкою та іншими аспектами технічної інфраструктури [2]. Переваги такого підходу очевидні, він дозволяє корпораціям сконцентруватися на своїх стратегічних цілях та основних бізнес-процесах, віддавши рутинні або спеціалізовані функції в руки фахівців зовнішнім постачальникам.

Аутсорсинг може призвести до зменшення витрат, особливо на обслуговування технічної інфраструктури. Замість витрат на створення та утримання власного відділу технічної підтримки або ІТ-інфраструктури, компанії можуть скористатися послугами зовнішніх фахівців за більш прийнятними фінансовими умовами. Проте, наявні й певні недоліки, такі як залежність від зовнішніх постачальників може стати причиною втрати контролю

над деякими аспектами бізнесу. Також існує ризик зниження якості обслуговування або втрати конфіденційної інформації у зв'язку з передачею деяких функцій стороннім підрядникам. Однак, з правильним підходом та управлінням, переваги аутсорсингу можуть виявитися переважними над його недоліками. Важливо аналізувати індивідуальні потреби та обставини кожної конкретної мультинаціональної корпорації, а також укладати детальні контракти з постачальниками для забезпечення ефективності та якості послуг.

Важливим етапом є моніторинг та оцінка діяльності зовнішніх постачальників. Корпорації повинні постійно моніторити виконання контрактів та оцінювати ефективність роботи постачальників. Це дозволить своєчасно виявляти будь-які проблеми або відхилення від контрактних умов та при необхідності вживати заходів для їх вирішення. Крім того, слід враховувати ризики, пов'язані з аутсорсингом управління технічною інфраструктурою, і розробляти стратегії їх управління. Це може включати в себе заходи забезпечення безпеки даних та конфіденційності, а також планування для випадків, коли постачальник не виконує свої обов'язки або не відповідає на очікування.

Зосередження на основних задачах та використання інноваційних рішень – ще один ключовий аспект аутсорсингу. Вільне від рутинних технічних завдань, співробітники компанії можуть більше уваги приділяти стратегічному розвитку та впровадженню новітніх технологій, що забезпечить конкурентні переваги у майбутньому. Враховуючи всі ці аспекти, аутсорсинг управління технічною інфраструктурою може стати ефективним інструментом для мультинаціональних корпорацій у забезпеченні стабільності та ефективності своїх технічних процесів. Однак необхідно ретельно обмірковувати всі плюси та мінуси перед впровадженням такої стратегії і розробляти чіткий план дій для її успішного впровадження та управління.

Перелік використаних джерел:

1. Benabed A. Multinational Companies as a Business Internationalization Driving Strategy: Implications for Competitive Advantage and Business Values. *Ovidius University Annals, Economic Sciences Series*. 2023. № 23(2). p. 12-19.
2. William F. K. A. Navigating the Relocation Trend: The Rising Shift of Multinational Corporations from China to Other Countries. *International Journal of Science and Business*. 2024. № 34(1). p. 62-75.

Єгіян Зорькін, Максим Живко
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИМИ ПОТОКАМИ В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ: АНАЛІЗ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Ефективне управління інвестиційними потоками у контексті глобалізації є критично важливим для економічного розвитку країн. Сучасні стратегії

управління повинні адаптуватися до змінних умов глобальної економіки, інтегруючи інноваційні підходи та технології для оптимізації інвестиційних рішень. Оскільки глобалізація спричинила структурні зміни у світовій економіці, у тому числі у підходах до інвестицій, відкриття ринків, послаблення торгових бар'єрів та розвиток технологій сприяли зростанню міжнародних інвестиційних потоків. Однак ці ж фактори внесли додаткові виклики, такі як потреба в управлінні ризиками, пов'язаними з політичною нестабільністю та економічними коливаннями на глобальному рівні.

Ефективне управління інвестиційними потоками вимагає комплексного підходу, який включає ідентифікацію потенційних інвестиційних можливостей, аналіз ризиків, розробку портфеля інвестицій та моніторинг їх ефективності. Застосування передових фінансових інструментів і методологій, таких як ринковий аналіз, фінансове моделювання та портфельне управління, може значно підвищити ефективність інвестиційних стратегій. Інновації, особливо у сфері цифрових технологій, відіграють ключову роль у сучасних стратегіях управління інвестиціями [1]. Використання штучного інтелекту, блокчейна та великих даних дозволяє автоматизувати процеси управління, підвищити точність аналізу ризиків та ефективність прийняття рішень. Ці технології сприяють створенню більш прозорих, ефективних та адаптивних інвестиційних стратегій (Табл. 1).

Таблиця 1

Традиційні методи управління та інноваційні підходи до стратегії управління інвестиційними потоками

Критерій	Традиційні методи управління	Сучасні інноваційні підходи
Основний фокус	стабільність та довгостроковість	гнучкість та адаптивність
Інструменти аналізу	фундаментальний та технічний аналіз	великі дані, ШІ, блокчейн
Управління ризиками	диверсифікація портфеля	інтегровані ризик-менеджмент системи
Інвестиційні цілі	довгостроковий ріст	максимізація короткострокових вигод
Вплив глобалізації	обмежений	Суттєвий
Реакція на зміни	повільна	Швидка
Технологічні інновації	мінімальне використання	активне впровадження

Ключові відмінності між традиційними методами управління інвестиційними потоками та сучасними, інноваційними підходами. Основний фокус традиційних методів полягає у забезпеченні стабільності та прагненні до довгострокового росту за допомогою фундаментального та технічного аналізу. В той час як сучасні підходи зорієнтовані на гнучкість, швидку адаптацію до змін та використання передових технологій, таких як штучний інтелект та блокчейн, для аналізу великих обсягів даних та управління ризиками. Глобалізація має значно більший вплив на сучасні стратегії, надаючи інвесторам можливість швидко реагувати на глобальні економічні зміни та використовувати інновації для оптимізації інвестиційних рішень [2].

Технологічні інновації, як ключовий елемент сучасних підходів, дозволяють значно підвищити ефективність управління інвестиційними

потоками, пропонуючи новітні рішення для аналізу, прогнозування та мінімізації ризиків. Таким чином, у контексті глобалізації сучасні інноваційні стратегії управління інвестиційними потоками надають інвесторам кращі інструменти для адаптації до швидко змінних умов ринку, підвищуючи їхні шанси на успіх в глобальній економіці.

У контексті глобалізації управління інвестиційними потоками стає дедалі складнішим, але критичним компонентом глобального фінансового ландшафту. Взаємозв'язок економік, якому сприяють прогрес у технологіях і комунікаціях, змінив спосіб управління інвестиціями через кордони, вимагаючи стратегій, які не лише реагують на швидкі зміни ринку, але й активно передбачають майбутні тенденції. Глобалізація фактично усунула багато бар'єрів для міжнародних інвестицій, дозволивши капіталу вільніше рухатися через кордони [3]. Це призвело до більш інтегрованої світової економіки, де ефективність інвестицій залежить від безлічі факторів, які можуть походити з будь-якої частини земної кулі. Політична нестабільність в одному регіоні, економічні спади в іншому або технологічні прориви в інших регіонах можуть мати значні наслідки для інвестиційних потоків. Ця глобальна взаємозалежність вимагає стратегій управління інвестиційними потоками, які є одночасно гнучкими та надійними, здатними адаптуватися до економічного ландшафту, що постійно змінюється.

Традиційні інвестиційні стратегії, які часто зосереджені на довгостроковому зростанні та стабільності через диверсифіковані портфелі, стикаються з проблемою через необхідність більш динамічних підходів. Ці сучасні стратегії використовують останні технологічні досягнення, такі як штучний інтелект, блокчейн і аналітика великих даних, щоб покращити процеси прийняття рішень, покращити управління ризиками та визначити інвестиційні можливості з більшою точністю. Застосування цих технологій дозволяє аналізувати тенденції світового ринку в реальному часі, дозволяючи інвесторам приймати більш обґрунтовані рішення швидко та ефективно. Однак інтеграція технологій в управління інвестиціями не позбавлена проблем. Покладення на складні алгоритми та аналітику даних вимагає глибокого розуміння цих технологій та їх потенційних упереджень. Крім того, цифровізація фінансових послуг викликала занепокоєння щодо кібербезпеки та захисту конфіденційної фінансової інформації. Незважаючи на ці виклики, потенційні переваги технологічних інновацій в управлінні інвестиційними потоками, такі як підвищення прозорості, підвищення ефективності та здатність обробляти величезні обсяги інформації, не можна не помітити.

Управління інвестиційними потоками в умовах сьогодення має визначатися декількома новими тенденціями. Стійке та відповідальне інвестування набирає обертів завдяки зростаючому визнанню необхідності враховувати екологічні, соціальні та управлінські фактори під час прийняття інвестиційних рішень. Цей зсув у бік сталого розвитку відображає ширше розуміння довгострокового впливу інвестицій на суспільство та навколишнє середовище, узгоджуючи фінансові цілі з глобальними цілями сталого розвитку. Крім того, зростання цифровізації та потенціал для децентралізованих фінансів (DeFi) вказують на майбутнє, де управління інвестиціями буде більш доступним, прозорим і

демократичним. Ці інновації обіцяють подальшу трансформацію інвестиційних стратегій, роблячи їх більш адаптованими до потреб різноманітної глобальної бази інвесторів [4].

Управління інвестиційними потоками в епоху глобалізації вимагає ретельного балансу між використанням технологічних досягнень і збереженням стратегічної спрямованості на довгострокову стійкість. У міру того як глобальна економіка продовжує розвиватися, змінюватимуться і стратегії управління інвестиційними потоками, що вимагає постійної адаптації та інновацій. Використовуючи можливості, які надає глобалізація та технологічний прогрес, інвестори можуть з більшою впевненістю та успіхом орієнтуватися в складнощах глобального ринку. Управління інвестиційними потоками в умовах глобалізації є складним процесом, що вимагає глибокого аналізу та використання інноваційних підходів. Сучасні стратегії повинні бути гнучкими та адаптивними до змін у глобальній економіці, інтегруючи новітні технології для підвищення ефективності та мінімізації ризиків. Перспективи подальшого розвитку управління інвестиційними потоками залежатимуть від здатності адаптуватися до швидких змін економічного та технологічного середовища, що вимагає постійного вдосконалення знань та умінь в області фінансів та інвестицій.

Перелік використаних джерел:

1. Li T., Du D. The evolution of global cross-border R&D investment: A network analysis integrating geographical thinking. *Applied Geography*. 2023. № 158. 103027.
2. Kayani Umar Nawaz, et al. Emerging trends of carbon emissions and foreign direct investment: accounting for ecological footprints, renewable energy, globalization, and technological innovations in BRICS. *Environmental Science and Pollution Research*. 2023. 1-14.
3. Chatterjee S., Chaudhuri R., Grandhi B., Galati A. Evolution of strategy for global value creation in MNEs: Role of knowledge management, technology adoption, and financial investment. *Journal of International Management*. 2023. № 29(5). 101057.
4. She W., Mabrouk F. Impact of natural resources and globalization on green economic recovery: Role of FDI and green innovations in BRICS economies. *Resources Policy*. 2023. № 82. 103479.

Юлія Борисова

Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

РОЛЬ МІЖНАРОДНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ У СТИМУЛЮВАННІ МІЖНАРОДНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА ТА РОЗВИТКУ

В умовах дедалі більш взаємопов'язаного та глобалізованого світу міжнародне співробітництво стає необхідним для розв'язання складних транснаціональних проблем – від економічного розвитку до захисту довкілля, від

розв'язання конфліктів до гуманітарної допомоги. У цьому контексті міжнародні організації стали ключовими учасниками, які відіграють важливу роль у розвитку співробітництва, заохоченні діалогу та сприянні прогресу на різних напрямках.

Міжнародні організації відіграють найважливішу роль у мобілізації ресурсів і простяганні «руки допомоги» регіонам і країнам, які її потребують. Завдяки своїм великим мережам і багатостороннім механізмам міжнародні організації здатні мобілізувати колективні ресурси своїх країн-членів, стратегічно розподіляти кошти і координувати відповідні заходи на кризи, надзвичайні ситуації та виклики розвитку. Таке об'єднання ресурсів і досвіду дає змогу проводити ефективніші та дієвіші заходи та посилює вплив національних зусиль. Одна з ключових функцій цих організацій – розробка і просування міжнародних норм, стандартів і передового досвіду. Створюючи загальноновизнані рамки і керівні принципи, вони формують спільну мову і принципи, сприяють співпраці та узгодженню зусиль у різних регіонах і культурах.

Яскравим прикладом впливової ролі міжнародних організацій у розвитку міжнародного співробітництва та розвитку є Зернова угода. Угода, укладена за посередництва ООН і Туреччини, була спрямована на пом'якшення глобальної продовольчої кризи, що посилилася внаслідок вторгнення РФ в Україну, конфлікту, який порушив життєво важливий для регіону експорт зерна.

Після серйозних наслідків блокади українських портів у квітні 2022 року ООН закликала лідерів України та РФ домовитися про відновлення українського експорту. Після кількох раундів інтенсивних переговорів Генеральний секретар ООН оголосив про досягнення компромісу між сторонами щодо поновлення експорту українського зерна з трьох глибоководних портів – Одеси, Чорноморська та Південного. «Україна 22 липня 2022 року підписала з Туреччиною та ООН угоду, яка включає зобов'язання сторін щодо безпечного функціонування експортних маршрутів у Чорному морі. Такий ж документ підписали Туреччина, ООН та росія. Документ має назву «Ініціатива щодо безпечного транспортування зерна та продуктів харчування з українських портів» [1, с. 12-13]. 17 липня 2023 року термін її дії збіг, РФ відмовилась від участі в ній.

Зернова угода – приклад унікальної здатності міжнародних організацій зближувати супротивників, виступати посередником у складних переговорах і сприяти укладенню взаємовигідних угод. ООН використала свій нейтралітет і дипломатичний вплив, щоб виступити як неупереджений арбітр, створивши основу для безпечного проходження зернових вантажів з українських портів. Це не тільки допомогло пом'якшити кризу продовольчої безпеки, що насувалася в той час, а й продемонструвало незамінну роль міжнародних організацій у сприянні співробітництву навіть у найскладнішій геополітичній обстановці.

Крім сприяння укладенню конкретних угод, міжнародні організації відіграють важливу роль у розвитку міжнародного співробітництва та розвитку. Такі організації, як ООН, Світовий банк і Міжнародний валютний фонд, служать платформами для діалогу, обміну знаннями та колективних дій. Зокрема,

«станом на сьогодні, існують багатогранні перспективи щодо визначення подальшої ролі міжнародних організацій в процесі формування стратегій управління, створюючи базу для продуктивної співпраці та сприяючи підвищенню ефективності публічного управління в різних країнах у глобальному контексті» [2, с. 223].

Однак важливо також виокремити проблеми та обмеження, з якими стикаються міжнародні організації. Відмінності національних інтересів, геополітична напруженість і динаміка влади часто перешкоджають ефективності міжнародних організацій. Крім того, зберігається занепокоєння з приводу прозорості, підзвітності та процесів ухвалення рішень у міжнародних організаціях, які потребують постійного реформування та вдосконалення. Здатність міжнародних організацій об'єднувати різні зацікавлені сторони, вирішувати конфлікти, встановлювати глобальні норми і мобілізувати ресурси є потрібно в умовах сучасності. У міру того, як світ стикається з дедалі складнішими і взаємопов'язаними проблемами, потреба в авторитетних і ефективних міжнародних організаціях буде тільки зростати.

Зернова угода є свідченням цінного внеску міжнародних організацій і підкреслює їхню здатність зміцнювати співробітництво, пом'якшувати кризи і сприяти прогресу перед, здавалося б, нерозв'язними конфліктами. Зміцнюючи і підтримуючи міжнародні організації, міжнародне співтовариство може розв'язувати спільні проблеми, сприяти сталому розвитку та керувати складною мережею міжнародних відносин.

Перелік використаних джерел:

1. Васильєв С. В., Олексюк В. О., Масляєва О. О., Орлова С.К. Організаційно-економічні проблеми ринку зерна в Україні. *Агросвіт*. 2023. № 1. С.10-14.

2. Орел Ю. Л., Логвиненко О. М., Балабась К. Р. The Role of International Organizations in the Formation of Public Administration Strategies: Impact Analysis and Prospects for Cooperation. *Global Innovations and Collaborative Solutions in Contemporary Science. Futurity Research Publishing*. 2023. С. 221-224

Степан Вівчар, Максим Живко
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ФРАГМЕНТАЦІЯ РИНКІВ ТА РОЗВИТОК ГЛОБАЛЬНИХ СТРАТЕГІЙ МЕНЕДЖМЕНТУ ТНК

У сучасному світі, де глобалізація та цифрова трансформація відіграють ключову роль у економічному розвитку, транснаціональні корпорації (ТНК) стикаються з новими викликами та можливостями. Одним із найважливіших аспектів, який впливає на діяльність ТНК, є фрагментація ринків. Фрагментація ринків виникає внаслідок різноманітності культур, законодавства, побутових

умов та споживчих уподобань у різних країнах та регіонах. Це явище створює необхідність для ТНК розробляти глобальні стратегії управління, що дозволяють ефективно функціонувати в умовах глобального ринку. Фрагментація ринків у сучасному світі виявляється не лише в різниці культурних уподобань, але й у глибині та складності регулюючого законодавства, в особливостях географічного розташування та технологічних можливостях. Ця фрагментація створює складнощі для транснаціональних корпорацій (ТНК), які намагаються здійснювати ефективну діяльність на глобальному ринку. Проте, вона також створює нові можливості для розвитку глобальних стратегій менеджменту, які спрямовані на вирішення цих викликів та використання можливостей.

Одним із головних аспектів фрагментації ринків є різноманітність культурних уподобань та споживчих звичок у різних країнах. Деякі товари та послуги, що успішно продаються в одній культурній області, можуть бути абсолютно неприйнятними або недоцільними в іншій. Це вимагає від ТНК розробки гнучких стратегій маркетингу, які враховують культурні відмінності та дозволяють адаптувати продукти та послуги до місцевих умов. Крім того, фрагментація ринків відображається у складності регулюючого законодавства. Кожна країна має свої власні правила та стандарти, які регулюють ринкову діяльність. Це ставить перед ТНК завдання забезпечення відповідності всіх своїх операцій місцевому законодавству, що вимагає ретельного аналізу та адаптації управлінських практик [1].

Проте, замість того, щоб бачити фрагментацію ринків як перешкоду, ТНК можуть використовувати її як можливість для розвитку глобальних стратегій менеджменту. Одним з підходів є створення гнучких систем управління, які дозволяють адаптуватися до місцевих умов та вимог, зберігаючи при цьому загальний стратегічний напрямок корпорації. Із розвитком цифрової трансформації з'являються нові можливості для створення глобальних стратегій менеджменту. Цифрові технології дозволяють ТНК здійснювати оперативний обмін інформацією та управляти своїми операціями на глобальному рівні, забезпечуючи при цьому високу ефективність та конкурентоспроможність. Отже, фрагментація ринків вимагає від ТНК розробки та впровадження глобальних стратегій менеджменту, які дозволяють ефективно працювати в умовах глобального ринку та використовувати можливості, що випливають із цього феномену. Використання новітніх технологій та розробка гнучких стратегій дозволять ТНК успішно впоратися з цими викликами та досягти стабільного розвитку на глобальному ринку. Щоб додати більшу ясність до порівняння між фрагментацією ринків та розвитком глобальних стратегій менеджменту ТНК (Табл. 1).

1. Фрагментація ринків: McDonald's має величезну міжнародну присутність, проте різні країни мають свої унікальні культурні та гастрономічні вподобання. Для адаптації до цих різниць, компанія використовує стратегію локалізації меню. Наприклад, у Індії, де велика частина населення є вегетаріанцями, McDonald's пропонує широкий вибір вегетаріанських страв, таких як алу кі тіккі та масала доса. У Японії, де риба є популярним продуктом, вони можуть пропонувати рисові бургери або теріякі лосось бургери.

Samsung, світовий лідер у виробництві електроніки, також стикається з фрагментацією ринків через різницю в споживчих уподобаннях та технологічному розвитку країн. У країнах з високим рівнем технологічної освіти, таких як Японія або Південна Корея, Samsung може пропонувати високотехнологічні продукти, такі як смартфони з найновішими функціями та технологіями. У той час, у країнах з менш розвиненою інфраструктурою, компанія може пропонувати більш доступні та прості у використанні пристрої.

2. Розвиток глобальних стратегій менеджменту ТНК: Щоб ефективно управляти своєю мережею закладів у всьому світі, McDonald's використовує централізовану систему управління. Це дозволяє компанії забезпечити однорідний досвід для споживачів у різних країнах, зберігаючи при цьому можливість локалізації продуктів та послуг. Крім того, McDonald's активно використовує дані про споживачів та аналізує їх, щоб адаптувати свої стратегії маркетингу та продажу до різних ринків.

Samsung зосереджується на інноваціях та дослідженнях, щоб залишатися конкурентоспроможною на глобальному ринку. Вони інвестують у розвиток нових технологій, таких як штучний інтелект, інтернет речей та розумні пристрої. Крім того, Samsung активно співпрацює з міжнародними організаціями та урядами для вирішення глобальних проблем та створення сприятливого середовища для свого бізнесу.

Таблиця 1

Характеристика фрагментації ринків та розвитку глобальних стратегій менеджменту ТНК [2; 3; 4]

Характеристика	Фрагментація ринків	Розвиток глобальних стратегій менеджменту ТНК
Означення	роз'єднаність та різноманітність ринків в різних країнах та регіонах;	процес розробки та впровадження стратегій управління, що дозволяють ТНК ефективно працювати на глобальному ринку;
Причини	культурні, правові, економічні та інші відмінності між країнами;	потреба в адаптації до різноманітності ринків та збереження конкурентоспроможності на міжнародному рівні;
Виклики	складності в адаптації маркетингу та продуктів до різних культур та ринкових умов;	потреба в забезпеченні відповідності місцевому законодавству та стандартам, а також в управлінні складністю глобальних операцій;
Можливості	збільшення споживчого потенціалу шляхом виготовлення або просування різних варіантів продуктів для різних ринків;	використання розмаїття культур та ринкових умов для інновацій та розвитку нових ринків;
Стратегії управління	гнучка адаптація маркетингових стратегій та продуктів до місцевих умов;	розробка глобальних стратегій, що поєднують стандартизацію та адаптацію;
Інструменти	дослідження ринкових умов, маркетингові дослідження, культурний аналіз;	стратегічне планування, аналітика даних, використання цифрових технологій;

Ці приклади демонструють, як фрагментація ринків вимагає від ТНК розробки гнучких стратегій, а розвиток глобальних стратегій менеджменту дозволяє їм ефективно працювати на глобальному ринку, враховуючи різноманітність культур, законодавства та споживчих уподобань. Фрагментація ринків виникає через різноманітність культур, законодавства, географічного розташування та споживчих уподобань у різних країнах та регіонах. Це створює складнощі для ТНК, але водночас відкриває нові можливості для інновацій та розвитку. ТНК повинні розвивати гнучкі стратегії управління, які дозволяють адаптуватися до різноманітності ринків та зберігати конкурентоспроможність. Адаптація маркетингових стратегій та продуктів до місцевих умов є важливою складовою успіху. ТНК повинні поєднувати стандартизацію та адаптацію у своїх глобальних стратегіях менеджменту. Це означає розробку стратегій, які дозволяють зберігати загальний стратегічний напрямок корпорації, а водночас адаптувати їх до місцевих умов [4]. Використання цифрових технологій дозволяє ТНК здійснювати оперативний обмін інформацією та управляти своїми операціями на глобальному рівні, забезпечуючи високу ефективність та конкурентоспроможність.

Розробка і реалізація глобальних стратегій менеджменту вимагає ретельного аналізу ринкових умов, конкурентного середовища, а також уміння прогнозувати та реагувати на зміни. Фрагментація ринків може стати стимулом для інновацій та розвитку нових ринків. ТНК повинні використовувати ці можливості для пошуку нових сегментів та збільшення свого ринкового потенціалу. Отже, при розвитку глобальних стратегій менеджменту ТНК важливо враховувати фрагментацію ринків та активно використовувати її як можливість для інновацій та розвитку. Підходячи до цього з інтегрованим підходом, заснованим на гнучкості, адаптації та стратегічному плануванні, ТНК можуть досягти успіху на глобальному ринку.

Перелік використаних джерел:

1. Kniazieva, T., Shevchenko, A., Radchenko, H., Komova, O., Pankova, L. The impact of transnationalization on the global consumer market. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2021. № 7(5), 268-276.
2. Reurink, A., & Garcia-Bernardo, J. Competing for capitals: the great fragmentation of the firm and varieties of FDI attraction profiles in the European Union. *Review of International Political Economy*. 2021. № 28(5), 1274-1307.
3. Wilhelm, C., & Chilla, T. The regional dimension in GPN—Mapping value creation and governance of the Bavarian beer sector. *Geoforum*. 2023. № 145, 103828.
4. Ietto-Gillies, G. The importance of being transnational. *Critical Perspectives on International Business*. 2023. № 19(4), 511-522.
5. Huang, G., Liang, Y., Zhao, Z. Understanding market competition between transportation network companies using big data. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*. 2023. № 178, 103861.

Igor Pivlis
PhD студент,
Західноукраїнський національний університет,
м. Тернопіль
Науковий керівник:
доктор економічних наук, професор Зварич Р.Є.

УПРАВЛІННЯ ВІДХОДАМИ ТА РИЗИК НЕКОНТРОЛЬОВАНИХ ВІДХОДІВ

Відходи можна вважати ресурсом, який втратив свій шлях через відсутність державної політики контролю над ними. Без заходів сміття тече, як вода, до найнижчої точки. найдешевший спосіб його утилізації – часто незаконне звалище. Неналежне поводження (тверді міські відходи) є основним джерелом морського сміття та становить 5% парникових газів. Погане поводження з відходами створює загрозу як для навколишнього середовища, так і для здоров'я людей. Це перешкоджає людському розвитку, розвитку міста та економічній діяльності, таким чином слугуючи перешкодою для розвитку. Без належного поводження з відходами досягнення Цілей сталого розвитку ООН (ЦСР) буде практично неможливим, особливо ЦСР 12 (сталі моделі споживання та виробництва). Тому потрібно вирішувати проблеми зі сміттям, що є можливим в умовах спільного внеску. Питання відходів часто є відправною точкою для роздумів про циркулярну економіку, але створення циркулярної системи та розвиток ролі сектору управління відходами є повільним процесом змін. Управління твердими відходами, безперечно, є однією з найважливіших муніципальних послуг і є передумовою для інших муніципальних заходів. Це критично важливий елемент планування сталих, здорових та інклюзивних міст і спільнот, який часто ігнорується. Управління відходами слід розглядати як частину більшої концепції ресурсної стратегії. Адекватна інфраструктура поводження з відходами є попередником і може діяти як каталізатор циркулярної економіки. Без належного поводження з відходами циркулярна економіка неможлива.

Економіка схильна до накопичення відходів. У сільських суспільствах це вважалося нормою життя. Раніше сміття складали просто біля житла, і воно швидко розкладалося. Але коли почалася урбанізація, це призвело до проблем охорони здоров'я та соціальних проблем. В Європі римські та османські міста першими звернули увагу на поліпшення гігієни та санітарних умов. Однак їхні зусилля не могли наздогнати зростання міст у середньовіччі. Проблема відходів значно прискорила поширення хвороб, показавши, що зусилля з утилізації відходів ще мають зробити довгий шлях. Епідемії холери в середині 19 століття спонукали міську владу до покращення питної води, каналізації та збирання сміття. Близько 1900 року більшість міст Європи почали організовувати прибирання міст як невід'ємну частину своїх обов'язків. У той період відходи потрапляли на відкриті звалища за межами міст. Неформальні працівники намагалися заробити на життя збором паперу, металу та текстилю. У більшості

західних країн у першій половині 20 століття професіоналізація поводження з відходами почалася із запровадження моторизованого збору, уніфікованих побутових баків та офіційного оформлення сміттєзвалищ. Проте зростання міст продовжувався, і нові житлові проекти привели громадян на периферію цих сміттєзвалищ і викликали занепокоєння щодо диму, запахів і комах. Було запроваджено огорожу та щоденне покриття сміттєзвалища, але проблеми з навколишнім середовищем та здоров'ям, які виникають через цей імпровізаційний метод поводження з відходами, залишалися. З подібною проблемою досі стикаються люди в багатьох частинах світу. Відходи все ще часто потрапляють на відкриті звалища, що спричиняє проблеми з навколишнім середовищем і здоров'ям у суспільстві.

Збільшення дефіциту місця спонукало міську владу запровадити спалювання сміття. Іншим розробленим рішенням було транспортування відходів потягом і човном до сміттєзвалищ на більші відстані, іноді до інших муніципалітетів. Управління утилізацією відходів поступово покращувалося після випадків витоку звалищ та токсичних викидів зі сміттєспалювальних заводів. Було вжито заходів для зменшення викидів і неприємностей, спричинених смітниками. Для зменшення ризиків для ґрунтових вод і фільтрату були введені футеровки, а біогаз видобувався зі звалищ. Було досліджено викиди від сміттєспалювальних установок і виявлено діоксини. Ці ризики підкреслюють, що для захисту навколишнього середовища необхідне значне збільшення інвестицій і професіоналізму в утилізації відходів. Вирішувати це на муніципальному чи провінційному рівні вже було недостатньо. Санітарні полігони та сміттєспалювальні заводи можуть бути прибутковими лише за умови збільшення потужностей. Таким чином, сусідні муніципалітети почали співпрацювати з метою досягнення ефекту масштабу. У деяких випадках органи державної влади об'єднувалися з приватними компаніями, щоб забезпечити фінансування та діяльність. Розвиток у Західній Європі призвів до зменшення кількості сміттєзвалищ, але, водночас, до збільшення масштабних сміттєспалювальних заводів, збільшення відстаней транспортування та сильніших локальних впливів на ці об'єкти. Таким чином, щоб зменшити вплив, спричинений цими методами, було прийнято політику щодо покращення захисту навколишнього середовища та зменшення обсягів відходів шляхом переробки.

Перелік використаних джерел:

1. Kaza, Silpa; Yao, Lisa C.; Bhada-Tata, Perinaz; Van Woerden, Frank. 2018. What a Waste 2.0: A Global Snapshot of Solid Waste Management to 2050. URL: <https://olc.worldbank.org/system/files/What%20a%20Waste%202.0%20Overview.pdf>
2. Zero Waste Europe. 2019. The story of REC: The hidden emissions of the youngest Dutch incinerator. URL: <https://zerowasteurope.eu/2019/06/the-story-of-rec/>
3. Circle Economy. 2022. The Circularity Gap Report. URL: <https://www.circularity-gap.world/2022#Download-thereport>

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ: АДАПТАЦІЯ ДО РІЗНОМАНІТНОСТІ КУЛЬТУР ТА РИНКІВ ПРАЦІ

Вплив глобалізації на управління персоналом є однією з найбільш важливих та актуальних тем у сучасному бізнесі. Глобалізація відкриває нові можливості для компаній на міжнародних ринках, але разом з тим постають складнощі, пов'язані з адаптацією до різноманітності культур та ринків праці. Одним із головних викликів управління персоналом у контексті глобалізації є необхідність розуміння та адаптація до різних культурних контекстів. Кожна культура має свої унікальні цінності, вірування та підходи до роботи. Тому важливо розробляти стратегії управління персоналом, які враховують цю культурну різноманітність. Наприклад, це може включати культурні тренінги для персоналу, розробку гнучких робочих графіків або створення комунікативних каналів, які сприяють взаєморозумінню та співпраці між співробітниками з різних країн.

Ще одним аспектом є адаптація до різниці в ринках праці. У кожній країні можуть існувати відмінності у законодавстві, культурних нормах, традиціях та очікуваннях щодо роботи. У зв'язку з цим, компаніям необхідно розробляти стратегії найму, утримання та розвитку персоналу, які враховують ці різниці. Це може включати адаптацію компенсаційних пакетів, створення міжнародних програм розвитку кадрів та управління відносинами з персоналом, які враховують специфіку ринку праці кожної конкретної країни. Крім того, глобалізація відкриває нові можливості для віддаленої роботи та міжнародних команд. Управління такими командами вимагає особливих навичок та стратегій, які сприяють ефективному спілкуванню та співпраці на відстані [1]. Загалом, глобалізація створює нові виклики для управління персоналом, але водночас відкриває інноваційні можливості для компаній, які готові адаптуватися до нових реалій світового бізнесу.

Вплив глобалізації на управління персоналом, зосереджується на важливих аспектах, які потрібно враховувати для успішного функціонування компаній на міжнародних ринках.

По-перше, глобалізація відкриває нові можливості для компаній у залученні та утриманні талановитого персоналу з усього світу. Міжнародні компанії можуть вести пошук фахівців та спеціалістів у будь-якій країні, що дозволяє їм збільшити різноманітність та експертизу в своїх командах. Однак, це також ставить перед ними завдання адаптації до різних культурних та організаційних контекстів, а також розробки стратегій комунікації та співпраці в різних культурних середовищах.

По-друге – це виклики, пов'язані з управлінням мультикультурними командами. В міжнародних компаніях часто зустрічаються команди з різних країн, які мають різні рівні культурної та професійної спадщини. Управління

такими командами вимагає розвитку міжкультурної компетентності та навичок управління різноманітністю. Компанії повинні створити сприятливу атмосферу для співпраці та взаєморозуміння, розвивати культуру рівності, а також забезпечувати можливості для розвитку та кар'єрного зростання для всіх співробітників незалежно від їх культурного або географічного походження.

По-третє – це адаптація до різниці в ринках праці та організаційних культурах. У кожній країні існують свої унікальні норми, цінності та очікування щодо роботи. Компанії повинні розробляти стратегії управління персоналом, які враховують ці різниці та створюють сприятливі умови для працівників у різних культурних та організаційних контекстах.

Загалом, глобалізація надає компаніям нові можливості, але також ставить перед ними нові виклики в управлінні персоналом. Для успішного функціонування на міжнародних ринках, компаніям необхідно розвивати міжкультурну компетентність, адаптуватися до різноманітності культур та ринків праці, і створювати сприятливі умови для співпраці та розвитку для всіх своїх співробітників [2].

Глобалізація впливає на всі аспекти сучасного бізнесу, включаючи управління персоналом. Розуміння цього впливу є ключовим для успішного функціонування мультинаціональних корпорацій. Підприємства повинні адаптуватися до різноманітності культур та ринків праці, які вони зустрічають на своєму шляху. Від управління персоналом очікується не лише розуміння технічних аспектів роботи, але і уміння працювати з глобальними командами, адаптуватися до різниці у культурних цінностях та ефективно спілкуватися з колегами та підлеглими з усього світу [3].

Стратегії управління персоналом в умовах глобалізації повинні бути спрямовані на підтримку міжкультурного розуміння, створення відкритого робочого середовища, а також розвиток лідерських якостей, які дозволяють ефективно керувати різноманітними командами. Крім того, компанії повинні постійно вдосконалювати свої підходи до найму, утримання та розвитку персоналу, щоб забезпечити конкурентоспроможність на глобальному ринку праці, оскільки глобалізація – це не лише виклик, але і можливість для компаній виявити себе на світовому ринку. Організації, які успішно адаптуються до нових реалій глобального бізнесу та розуміють індивідуальні особливості культур та ринків праці, матимуть перевагу перед своїми конкурентами. Тому управління персоналом в умовах глобалізації – це не просто необхідність, але і ключовий фактор успіху в сучасному бізнесі.

Перелік використаних джерел:

1. Kurian D., Alizadeh A. Nationalism, Economic Populism and a Global Pandemic-Impending Changes for Human Resources Practice. 2023.
2. Zhao Sh., Du J. New Issues of Human Resource Management in China: Experiences and Optimization Proposal for Overseas Talent Management. In: Routledge Handbook of Chinese Business and Management. Routledge. 2023. p. 272-292.

3. Beribe M. F. B. The Impact of Globalization on Content and Subjects in the Curriculum in Madrasah Ibtidaiyah: Challenges and Opportunities. At-Tasyrih: jurnal pendidikan dan hukum Islam. 2023. № 9(1). p. 54-68.

Ярослав Вонс, Валентин Пацула
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

СТРАТЕГІЇ МІЖНАРОДНОЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ: ВІД ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ДО ІНТЕГРАЦІЇ

У сучасній реальності успішність національної економіки все більше залежить від здатності корпоративного капіталу інтегруватися у глобальне господарство через розширення міжнародної інвестиційної активності. Поточний етап розвитку світової економіки в умовах наростаючої глобалізації, яка є зовсім новою якістю та масштабом інтернаціоналізації економічного життя, характеризується розширенням глобальних ринків як для споживчих, так і для капітальних товарів, послуг та світового фінансового ринку. Виникають нові учасники цих ринків, нові форми їх поведінки на ринку, а також виникають інтереси та протиріччя між ними, що зумовлює необхідність нового інституційного устрою формування економіки.

Розвиток транснаціональних корпорацій у сучасному світі сприяє їхньому уявленню як ключових учасників ринку, що сприяють глобальному та місцевому прогресу в контексті міжнародних економічних відносин. Це призвело до посилення їхньої інвестиційної активності, яка відкриває широкі перспективи завдяки накопиченню значних фінансових ресурсів, різнообразженню ризиків та інноваційному потенціалу.

У галузі економічної науки концепція інвестиційної стратегії застосовується щодо різних учасників інвестиційного процесу, таких як інвестори, фінансові посередники, а також відносно територіальних систем (країни, регіони, муніципальні утворення). Це призводить до того, що в межах територіальних систем існує велика кількість різноманітних інвестиційних стратегій окремих суб'єктів. В той же час, їх необхідно інтегрувати у єдину інвестиційну стратегію, що відповідає загальним цілям розвитку території в цілому. Ця інвестиційна стратегія, у зв'язку з великою кількістю суб'єктів інвестиційної діяльності та складністю їх взаємодії, має формуватися в рамках державного управління.

Доцільно розглядати міжнародну інвестиційну стратегію підприємства як засіб досягнення та фінансування довгострокових цілей розвитку його діяльності на міжнародних ринках з метою ефективної алокації активів. Під алокацією активів маємо на увазі не лише фінансові операції ТНК на міжнародних ринках, але й глобальну диверсифікацію виробничої (операційної) діяльності. З цієї точки зору, міжнародні інвестиційні стратегії можна поділити на дві основні групи: міжнародні стратегії прямого (реального) інвестування, які охоплюють

Greenfield-інвестиції, Brownfield-інвестиції, вертикальні та горизонтальні інвестиції, злиття та поглинання, спільне підприємництво та реінвестиції, та міжнародні стратегії портфельного (фінансового) інвестування, які включають активні, пасивні, консервативні, агресивні та збалансовані стратегії інвестиційної поведінки.

Основна мотивація застосування міжнародних портфельних інвестицій полягає у бажанні транснаціональних корпорацій розмістити свій капітал на ринках та в цінних паперах, які обіцяють найвищі рівні прибутковості при відповідних рівнях ризику та/або можливості зберегти вільні фінансові ресурси під безризиковими умовами на час. У порівнянні з прямими інвестиціями, портфельні інвестиції забезпечують більшу ліквідність капіталу для інвестора, що часто використовується як захист від інфляції та можливість отримання спекулятивного прибутку.

Успішність сучасної економіки визначається здатністю корпоративного капіталу інтегруватися у глобальне господарство через міжнародні інвестиції. Глобалізація розширює ринки та створює нові можливості, спонукаючи компанії до інновацій та ризикованих інвестицій. Управління інвестиційною стратегією стає важливою для досягнення довгострокових цілей, а міжнародні портфельні інвестиції дозволяють ефективно розміщувати капітал та захищати його від ризиків. Такий підхід сприяє стійкому розвитку підприємств у глобальному середовищі конкуренції.

Перелік використаних джерел:

1. Давидова І.О., Величко К.Ю. Транснаціональні корпорації. Харків: Видавництво «Форт», 2018. 175 с.

2. Глобалізація та регіоналізація як вектори розвитку міжнародних економічних відносин : колективна монографія; кол. авт. ; за ред. О. А. Довгаль, Н. А. Казакової. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2018. 540 с.

Арсен Коверчук, Наталія Болквадзе
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКУ

Розширення глобальної торгівлі та наростаюча конкуренція на міжнародних ринках товарів і послуг призводять до зростання значення формування іміджу компанії як ключового фактору її конкурентоспроможності та успішного розвитку на міжнародній арені. Успішна побудова та утримання позитивного іміджу стає передумовою для ефективної діяльності підприємства як на внутрішніх, так і на зовнішніх ринках. Імідж є суттєвим інструментом для збільшення загального потенціалу зростання бізнесу, привертання більшої кількості клієнтів та, в результаті, збільшення прибутку – що стає однією з

основних цілей будь-якого підприємства. Таким чином, при розширенні на міжнародні ринки та прагненні до зростання бізнесу стає надзвичайно важливим активне формування позитивного іміджу підприємства.

Імідж підприємства означають такі поняття, як «репутація», «гудвіл», «бренд» тощо. Відомий соціолог Ервін Гоффманн називає імідж мистецтвом «управляти враженнями».

Більшість дослідників схиляються до думки, що імідж підприємства слід розглядати як об'єкт управління. Ми вважаємо, що саме цей підхід є ключовим для формування іміджу на зовнішніх ринках, оскільки його метою є створення та збереження позитивного сприйняття підприємства.

Фактори, що формують імідж підприємства, можна розділити на внутрішні та зовнішні. До внутрішніх факторів відносяться корпоративна культура, імідж топ-менеджера, фірмовий стиль та імідж персоналу. З зовнішніх факторів іміджу підприємства можна виділити екологічну відповідальність, соціальний імідж, ділову репутацію, імідж товарів та послуг, а також імідж підприємства як працедавця.

У процесі формування іміджу підприємства варто розмежовувати інструменти формування зовнішнього та внутрішнього іміджу. Інструменти створення зовнішнього іміджу наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Характеристика інструментів формування зовнішнього іміджу підприємства [1]

Назва інструмента	Характеристика
Зовнішні параметри	Дизайнерські засоби для упаковки товарів, виставок, вітрин та макетів об'яв можуть значно підвищити привабливість та впізнаваність бренду. Ідея використання оригінальних дизайнерських рішень, які включають один постійний елемент на всіх елементах зовнішньої атрибутики, може відзначити бренд серед конкурентів. Цей елемент може бути унікальним лого, символом або кольоровою палітрою, які будуть незмінно повторюватися на всіх дизайнерських матеріалах. Це сприяє підвищенню впізнаваності бренду та створенню сприятливого враження у споживачів.
Рекламні засоби	Присутність у кожному конкретному випадку, який сприяє формуванню сприятливого іміджу
PR-заходи	Продумані, заплановані, постійні зусилля, які спрямовані на встановлення і закріплення взаєморозуміння між підприємством і громадськістю. Це виставки, презентації, прес-конференції, спонсорство
Фірмовий стиль	Сукупність художньо-текстових і технічних складників, які забезпечують візуальну й змістову ідентичність підприємства та продукції, яку воно виготовляє, інформації, що виходить із неї, внутрішнього і зовнішнього оформлення. Відрізняється особливим стилем під час проведення рекламних кампаній та заходів зі стимулювання збуту, а також робою з громадськістю, наявністю корпоративного духу та корпоративної культури

Основні елементи формування внутрішнього іміджу наведено в табл.2.

Після визначення власного бренду і основ формування іміджу на нових ринках, рекламна діяльність стає важливою для збільшення кількості лояльних клієнтів і зростання продажів. Ключові повідомлення в цьому контексті стають

найважливішою інформацією, яку підприємство може передати споживачам після ознайомлення з його брендом.

Таблиця 2

Характеристика елементів формування внутрішнього іміджу підприємства на міжнародних ринках [2]

Елемент	Характеристика
Місія та мета створення компанії	Внутрішня рушійна сила діяльності підприємства
Філософія створення та діяльності компанії	Корпоративна філософія, тобто основне призначення функціонування підприємства розробляється на основі сформованих моральних принципів та місії
Історія та традиції	Виклад інформації щодо діяльності підприємства від початку її створення, досягнення, зміни і т. д.
Внутрішня корпоративна культура	Включає стандарти поведінки та зовнішнього вигляду працівників і являє собою перелік прийнятих стандартів підприємства, які визначають дії, відповідають філософії, цілям, місії, принципам підприємства
Образ продукції, рівень її якості, відповідність ціни	Якість продукції та відповідність її ціновим параметрам є чинниками, які формують лояльність споживачів як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках
Фінансова стабільність	Зовнішнім аудиторіям важливо знати, чи підприємство платоспроможне виконати взяті на себе фінансові зобов'язання

Після визначення власного бренду і основ формування іміджу на нових ринках, рекламна діяльність стає важливою для збільшення кількості лояльних клієнтів і зростання продажів. Ключові повідомлення в цьому контексті стають найважливішою інформацією, яку підприємство може передати споживачам після ознайомлення з його брендом.

Після визначення власного бренду і основ формування іміджу на нових ринках, рекламна діяльність стає важливою для збільшення кількості лояльних клієнтів і зростання продажів. Ключові повідомлення в цьому контексті стають найважливішою інформацією, яку підприємство може передати споживачам після ознайомлення з його брендом.

Формування позитивного іміджу підприємства на зовнішніх ринках є ключовою передумовою для його успішного функціонування. Для досягнення цієї мети підприємству необхідно:

1. Дотримуватись розробленої стратегії розвитку, яка включає в себе плани зі зростання на нових ринках, створення унікальної конкурентної переваги та підтримки позитивного іміджу.

2. Оновити власний бренд відповідно до вимог нових ринків, враховуючи культурні та маркетингові особливості міжнародних аудиторій.

3. Скерувати зусилля на підтримку позитивного іміджу та репутації через активну комунікацію з клієнтами, партнерами та громадськістю.

Наступні кроки у напрямку зміцнення іміджу підприємства на міжнародних ринках можуть включати в себе різні способи донесення ключових повідомлень до споживача, такі як рекламні кампанії, публічні заходи, участь у торгових виставках та інші маркетингові заходи.

Отже, управління іміджем відіграє ключову роль у функціонуванні підприємства, допомагаючи йому закріпити свої позиції на ринку та захистити себе від конкурентів. Позитивний імідж сприяє формуванню довіри споживачів, що є надзвичайно важливим для будь-якої організації. Вироблення такого іміджу - це результат великої праці, над якою працює багато людей, але всі ці зусилля є виправданими.

Перелік використаних джерел:

1. Топольницька Т.Б. Формування іміджу підприємства на зовнішніх ринках. *Світова економіка та міжнародні відносини. Інтелект XXI, № 2, 2018. С.39-42.*
2. Пасько М. І. Характеристика та особливості іміджу підприємства. *Економіка розвитку. 2018. № 1 (85) С. 58–65.*

Владислав Фартушняк
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ВПЛИВ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ

Дослідження впливу міжнародної торгівлі на зміцнення конкурентоспроможності компаній є ключовим елементом розуміння глобальних економічних процесів, а також механізмів, що сприяють створенню конкурентних переваг у різних секторах. Активізація міжнародного обміну продукцією, послугами, та інноваційними технологіями відіграє вирішальну роль у відкритті нових ринкових перспектив та забезпечує вбудовування бізнесів у світовий економічний простір. Це, в свою чергу, підсилює їх можливості конкурувати ефективно на міжнародному рівні. Починаючи з теорії абсолютних переваг Адама Сміта та переходячи до теорії порівняльних переваг Давида Рікардо, історично було доведено, що спеціалізація та обмін забезпечують ефективніше використання ресурсів, підвищуючи продуктивність і, як наслідок, конкурентоспроможність підприємств. Ці теорії лягли в основу сучасного розуміння важливості відкритих ринків та вільної торгівлі для економічного розвитку.

Глобалізація ринків і зменшення торговельних бар'єрів у рамках таких організацій, як Світова торгова організація (СТО), сприяли зростанню міжнародної торгівлі, що дозволило підприємствам розширювати свою присутність на зарубіжних ринках. Це не тільки відкрило доступ до нових ринків збуту, але й сприяло інтенсифікації технологічного обміну та інновацій, які є критичними факторами підвищення конкурентоспроможності.

Поглиблення глобальної торгівлі внесло нові виклики для компаній, збільшивши конкуренцію не тільки на внутрішніх, але й на зовнішніх ринках. Це вимагає від бізнесів безперервного інноваційного розвитку, удосконалення

процесів виробництва та розроблення передових стратегій у сферах управління ланцюгами поставок, маркетингу, та комерції. В еру швидких технологічних проривів, компанії, що активно інтегрують новітні технології та цифровізацію в свою міжнародну діяльність, мають перевагу в ефективній взаємодії з партнерами, поліпшенні сервісу для клієнтів та оптимізації внутрішньої організації. Застосування таких інновацій, як штучний інтелект, блокчейн та Інтернет речей, сприяє створенню новаторських продуктів та послуг, посилюючи конкурентні позиції та відкриваючи доступ до нових ринків.

Адаптування до змін у світовій економіці, застосування передових технологій, зосередження на сталому розвитку та розвиток продуктивної міжнародної співпраці виринають як ключові елементи, що формують конкурентоспроможність компаній у сучасному глобалізованому світі. Здібність швидко реагувати на глобальні тенденції, інноваційність та підтримка надійних відносин з міжнародними партнерами відзначають успішні компанії на світовій арені. Такий багатогранний підхід до міжнародного бізнесу, що включає інновації, екологічну стійкість, адаптивність та стратегічні альянси, дозволяє підприємствам не лише вистояти у конкурентній боротьбі, а й рухатися вперед, скориставшись можливостями, пропонованими глобальною економікою. Цей підхід сприяє збільшенню конкурентоспроможності та забезпечує тривалий розвиток і процвітання на міжнародних ринках.

Перелік використаних джерел:

1. Barney J.B., Hesterly W.S. Strategic Management and Competitive Advantage : Concept and cases. Global edition : 5-th edition. Boston, 2015. 594 p.
2. Di Foggia G. Energy-Efficient Products and Competitiveness in the Manufacturing Sector. Journal of Open Innovation: Technology, Market and Complexity. 2021. Vol. 7. Article № 33. P. 1-14.
3. Майкл Портер Конкурентна перевага. Як досягати стабільно високих результатів : підручник. Київ : «Наш формат», 2019. 624 с.

Тетяна Талейко

Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

НАФТА ТА ГАЗ – КАТАЛІЗАТОРИ, МІЖНАРОДНИХ КОНФЛІКТІВ У XXI СТОЛІТТІ

Майбутнє кожної держави значною мірою залежить від того, наскільки успішно вона зможе накреслити свої цілі, усвідомити свої інтереси та наскільки успішно веде діалог на світовій арені, правильне використання своїх ресурсів та потенціалу надає відповідний статус поміж інших держав.

Нафта та газ є ключовими джерелами енергії для багатьох країн, особливо для промислово розвинених економік. Надійне забезпечення постачання цих ресурсів стає пріоритетом для багатьох країн, що може вести до конфліктів та

напруженостей між ними. Криза з постачанням газу з Росії до Європи у 2006, 2009 та 2014 році. Росія зупинила постачання газу через Україну у зв'язку з політичними розбіжностями з урядом України. Це призвело до значних напружень у Європі та підкреслило необхідність диверсифікації джерел постачання газу для забезпечення енергетичної безпеки.

Таким чином через конфлікт росії та України певним чином геополітична ситуація не лише між цими двома країнами набула напруги, а також між країнами Європи, таким чином почався розвиток сфери альтернативних джерел енергії.

Країни з великими запасами нафти та газу мають значний геополітичний вплив у світі. Вони можуть використовувати свої енергетичні ресурси для зміцнення свого впливу на міжнародні відносини, а також для досягнення своїх політичних та економічних цілей. Росія є одним з найбільших виробників та експортерів нафти та газу у світі. Її енергетичні ресурси надають їй значний геополітичний вплив у світі, дозволяючи використовувати їх для досягнення своїх політичних цілей та зміцнення своєї позиції на міжнародній арені. «Санкції виявились абсолютно руйнівними для Путіна та російської економіки. Не можна вірити жодному слову з росії в її економічних звітах – це відверта брехня. Від російської економіки залишилась лише тінь. ... У санкційному режимі досі є безліч лазівок. Одна з них, ми продовжуємо купувати російську нафту та газ, тобто продовжуємо платити їм сотні мільйонів, якщо не мільярд доларів на день.» - сказав Вільям Браудер - міжнародний фінансист й інвестор в інтерв'ю DW.

Цей уривок демонструє геополітичний вплив росії як одного з найбільших виробників та експортерів нафти та газу у світі. Росія використовує свої енергетичні ресурси для досягнення своїх політичних та економічних цілей, зміцнюючи свою позицію на міжнародній арені.

Проте, обговорюється також ефект санкцій на російську економіку. Санкції, введені за дії росії, спрямовані на зменшення її геополітичного впливу шляхом обмеження доступу до фінансових ресурсів та торговельних можливостей. Незважаючи на це, зазначається, що існують лазівки у санкційному режимі, одна з яких полягає у продовженні закупівлі російської нафти та газу. Це дозволяє росії отримувати великі фінансові потоки, не дивлячись на санкції.

Країни, через територію яких проходять транзитні маршрути для нафти та газу, можуть мати значний вплив у міжнародних відносинах. Контроль над транспортними коридорами може призвести до конфліктів та геополітичних напруженостей. Україна є ключовою транзитною країною для постачання російського газу до Європи. Контроль над транзитними маршрутами через українську територію має стратегічне значення для росії та Європи і впродовж років призводило до конфліктів та напруженостей. Відповідно до останніх новин, навіть після закінчення терміну контракту між Україною та росією наприкінці 2024 року Австрія, Чехія, Угорщина та Словаччина попередили країни ЄС, що будуть змушені збільшити трубопровідні поставки газу з росії через податкову політику в Німеччині.

Нафта та газ є основними джерелами доходів для багатьох країн. Економічні інтереси, пов'язані з експортом цих ресурсів, можуть впливати на міжнародні відносини та спричиняти конфлікти між державами. Саудівська Аравія є одним з найбільших виробників нафти у світі. Її економічні інтереси пов'язані з експортом нафти, і вона може використовувати свої енергетичні ресурси для досягнення своїх політичних та економічних цілей.

Стосовно країн Перської затоки, найбільших у світі виробників нафти і природного газу, то вони також страждають від низки внутрішніх і зовнішніх проблем безпеки – арабо-ізраїльського конфлікту, ісламського тероризму, політичної нестабільності в Іраку та гегемоністських амбіцій Ірану в регіоні. Таким чином, насильницькі конфлікти та інші форми політичної нестабільності можуть призвести до значних перебоїв у постачанні енергоносіїв, що за певних обставин вимагатиме застосування військової сили для захисту потоків нафти і природного газу.

Наявність нафти та газу може впливати на стабільність у регіоні. Спроби контролювати або конкурувати за доступ до цих ресурсів можуть призвести до конфліктів між країнами, а також до внутрішніх конфліктів у країнах-виробниках. Нігерія є однією з найбільших нафтових експортерів у Африці. Проте, боротьба за контроль над нафтовими ресурсами призвела до конфліктів між етнічними та релігійними групами у країні, що загострило ситуацію та призвело до нестабільності у регіоні. Також є низка інших важливих факторів, що має значний вплив на ситуацію, а саме:

- політична нестабільність – відсутність ефективного управління нафтовими ресурсами призвела до етнічних та релігійних конфліктів у прибережних регіонах;
- корупція – нафтові доходи є частим об'єктом корупції та відмивання грошей;
- екологічні проблеми – викиди нафти в Нігерії часто призводять до забруднення річок, що здійснює негативний вплив на екосистему.

В цілому, нафта та газ мають великий вплив на міжнародні конфлікти та геополітичну динаміку, і їхня роль в цих процесах часто визначається не тільки економічними чи енергетичними факторами, але і політичними та геостратегічними інтересами країн.

Ситуація на світовій арені відображає складний баланс між геополітичними та економічними інтересами країн у контексті використання нафти та газу. Хоча багато країн намагаються диверсифікувати свої джерела енергії та розвивати альтернативні джерела, нафта та газ залишаються ключовими енергетичними ресурсами. Країни з великими запасами нафти та газу використовують їх для зміцнення свого впливу та досягнення політичних та економічних цілей.

Проте деякі країни, що споживають значні обсяги цих ресурсів, залишаються залежними від обмежених джерел. Європейський союз та інші країни активно розвивають альтернативні джерела енергії, щоб зменшити свою залежність від нафти та газу. Спад цін на енергоресурси впливає на світову економіку та торгівлю. Країни, як Китай та Індія, використовували низькі ціни,

щоб забезпечити себе енергоресурсами та перепродавати за вигідною ціною на світовому ринку. Беручи до уваги всі вищенаведені аргументи можна сказати, що нафта та газ залишаються ключовими компонентами глобальної енергетичної системи, а проблеми, пов'язані з їх видобутком та використанням, залишаються викликами для міжнародного співтовариства.

Перелік використаних джерел:

1. Енергетичні війни XXI століття: як нафта й газ підживлюють глобальні конфлікти. Стаття. Енергетика: веб-сайт. URL: <https://energypost.eu/twenty-first-century-energy-wars-oil-gas-fuelling-global-conflicts/>

2. Газовий компроміс. Україна може запропонувати країнам ЄС транзит російського газу без угоди РФ. Як це працюватиме. Стаття. Гроші: URL: <https://forbes.ua/money/gazoviy-kompromis-ukraina-mozhe-zaproponuvati-krainam-es-tranzit-rosiyskogo-gazu-bez-ugodi-z-rf-yak-tse-pratsyuvatime-28022024-19501>

3. Як Захід може позбавити Путіна можливості фінансувати війну. Відео. URL: <https://www.dw.com/uk/ak-zahid-moze-pozbaviti-putina-mozlivosti-finansuvati-vijnu-03082023/video-65169680>

4. Resource scarcity in the 21st century: conflict or cooperation? The Hague Centre for Strategic Studies (HCSS) and TNO, Dr Islam Qasem, ISBN/EAN: 978-94-91040-11-5

5. Energy statistics – an overview. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Energy_statistics_-_an_overview&oldid=616454

6. Kyiv School of Economics: Russian oil tracker. URL: <https://kse.ua/about-the-school/news/russian-oil-tracker-december-2023/>

Лю Жунлайн

Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

РИНОК ОСВІТНІХ ПОСЛУГ КИТАЮ

Визначальним глобальним трендом стало застосування знань в основних сферах технологічного, соціального та економічного розвитку. Отримання нових знань неможливе без розвитку фундаментальної та прикладної науки та формування ринку високоякісних освітніх послуг.

Як свідчать результати наукових досліджень Інституту сходознавства імені Кримського НАН України, Китай за сорок років реформ перетворився у другу економіку у світі, яку називають світовою фабрикою, оскільки вона є найбільшим експортером товарів з доданою вартістю, причому високотехнологічних. «У 1999 році Державна рада КНР та Центральний комітет КПК ухвалили «Рішення про поглиблення реформи освіти та всебічне сприяння підвищення якості освіти». Того ж року кількість студентів збільшилася на 20% і складала 4,09 млн. Вже у 2002 році валовий показник охоплення вищою освітою Китаю склав 15%. Станом

на 2017 рік цей показник досяг 45,7% а за прогнозами він має перевищити 50% до 2019 року»[1].

До 2001 року Китай впровадив обов'язкову дев'ятирічну освіту та ліквідував неграмотність. На теперішній час у КНР налічується більше 3000 університетів, деякі з них мають високі місця у міжнародному рейтингу QS.

У навчальному процесі китайських вищих навчальних закладів передусім акцентується увага розвитку творчих здібностей кожного студента. В університетах в останній час почали запроваджувати велику кількість нових навчальних та науководослідних програм, які відповідають актуальним потребам економічного розвитку Китаю. Наразі в навчальні програми університетів вводиться велика кількість загальнонаукових дисциплін, що сприяють всебічному розвитку студентів.

Хоча більшість китайських вищих навчальних закладів є все ж профільними, багато з них зараз стають класичними (тобто здійснюється навчання не менш як за 8 галузями освіти). Почали широко застосовуватися інноваційні технології, головне завдання яких — підвищити якість викладання та ефективність засвоєння навчального матеріалу. Крім цього, китайські вищі тісно співпрацюють з провідними університетами світу [2].

ЗВО США займають 10 перших місць у списку Академічного рейтингу університетів світу (ARWU) 2023 року, але вперше загальна кількість університетів материкового Китаю, які фігурують у списку з 1000 університетів, трохи перевищила кількість університетів США.

Однак у топ-100 Сполучені Штати зберегли своє домінування, утримуючи 38 позицій у порівнянні з материковим Китаєм з 10 місцями, Великою Британією з 8, Австралією з 7, Канадою з 5, Німеччиною, Францією та Швейцарією з чотирма[3].

Досвід Китаю є корисним для України, яка проводить реформу вищої освіти задля інтеграції у європейський освітній простір. Зокрема щодо державної підтримки фундаментальної науки, інноваційних розробок технологічної революції та впровадження їх у освітній процес. Позитивним є також фінансування навчання китайських здобувачів вищої освіти на престижних зарубіжних університетах, що дало змогу залучити їх до викладання у новостворених національних університетах.

Перелік використаних джерел:

1. Гобова Є. В. Сорок років розвитку науки та освіти в Китаї URL: <https://sinologist.com.ua/gobova-ye-v-sorok-rokiv-rozvytku-nauky-ta-osvity-v-kytayi/>

2. Гала С.В. Із досвіду реформування вищої освіти Китаю. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/8_2011/16.pdf

3. Огляд ринку освітніх послуг Азії. URL: <https://forea.kpi.ua/serpen-2023-r-aziya/>

ГЕОПОЛІТИКА СУЧАСНОГО СВІТУ: ТЕНДЕНЦІ ТА ВИКЛИКИ В XXI СТОЛІТТІ

Аналіз сучасної геополітичної ситуації вказує на формування нової багатопольярної моделі світового порядку. Поряд із Сполученими Штатами з'являються нові центри сили, такі як Китай, Європейський Союз, Індія, Бразилія, росія та інші. Кожна з цих країн має власні інтереси, які не завжди збігаються у політичній, економічній, безпековій та інших сферах. Це призводить до напруженості та конфліктів як на світовому, так і на регіональному рівнях, що, в свою чергу, сприяє посиленню світової нестабільності та загостренню війн і збройних конфліктів[3].

Один із ключових аспектів цих змін - зростання ролі Сполучених Штатів Америки на глобальній арені. Попри внутрішні проблеми, США активно ведуть політику збереження та посилення своїх геополітичних позицій, навіть при важкій економічній ситуації та труднощах у відносинах з союзниками по НАТО та в процесі виконання військових операцій у різних частинах світу [1].

Ще однією причиною глобальних змін є розвиток технологій, що призвів до появи нових загроз для національної безпеки. Кібератаки та інформаційні втручання стають все поширенішими методами ведення геополітичних конфліктів. Захист кіберпростору та інформаційної безпеки стає завданням першочергового значення [2].

Неможливо залишити осторонь зростаючий попит на енергоресурси та інші природні ресурси, що призводить до геополітичної конкуренції за доступ до цих ресурсів. Це може призвести до міжнародних конфліктів та геополітичних суперечок [1]. В умовах сучасних глобальних викликів міграція стала важливим аспектом геополітичного ландшафту. Зростання міграції та демографічні зміни мають значний вплив на політичну картину у різних регіонах світу, створюючи нові виклики для урядів і суспільства [2].

Ще одним вагомим фактором, що має вплив на геополітичні зміни є розвиток штучного інтелекту, кіберфізичних систем та інших передових технологій. Держави та компанії змагаються за перевагу в галузі інновацій, що визначає їхню геополітичну впливовість [1].

Українсько-російська війна та конфлікт між Ізраїлем та Хамасом, який періодично вибухає в Палестині, стали двома ключовими геополітичними подіями, що визначають геополітичну динаміку не лише в своїх регіонах, але й у світі загалом. Ці конфлікти суттєво вплинули на різні аспекти глобальної політики [1].

Зокрема, у Палестині, конфлікт між Ізраїлем та Хамасом призвів до гострої напруженості на Близькому Сході, що має далекосяжні наслідки для геополітичного статус-кво в регіоні.

Українська війна та конфлікт в Палестині підвищили роль цих країн в міжнародних відносинах. Обидві країни стали активними учасниками міжнародних форумів та організацій, що сприяло їхній інтеграції в євроатлантичні та близькосхідні структури відповідно.

У XXI столітті сучасна геополітична ситуація світу характеризується значними тенденціями та викликами, що вимагають уваги та обґрунтованих стратегій від країн та міжнародних організацій. Формування нової багатопольярної моделі світового порядку створює нові центри сили та конфліктів інтересів, що може призвести до нестабільності та напруженості як на світовому, так і на регіональному рівнях.

У таких умовах важливо звернути увагу на необхідність співпраці та діалогу між країнами для розв'язання конфліктів та забезпечення мирного співіснування.

Наступні роки будуть вирішальними для визначення курсу подальшого розвитку глобальної політики. Важливо, щоб країни та їхні лідери прийняли конструктивний та відповідальний підхід до вирішення глобальних викликів та спільно працювали над створенням стабільного та безпечного майбутнього для всього світу.

Перелік використаних джерел:

1. Звіти Інституту Міжнародних Відносин (International Institute for Strategic Studies - IISS). 2023. URL: <https://www.iiiss.org/>
2. Дослідження Центру Стратегічних та Міжнародних досліджень (Center for Strategic and International Studies - CSIS). 2024. URL: https://www.csis.org/analysis/experts-react-what-expect-us-india-22-summit?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwqdvBhCPARIsANrmZhObLw-dV6oVgeoPFcR63GM2x1MZ1nxHokKwd6DX7BRKIFILRDxImHkaAuLeEALw_wcB
3. "Prisoners of Geography: Ten Maps That Tell You Everything You Need to Know About Global Politics"ю 2016. 15-144.

Діана Купчинська
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

РОЛЬ МІЖНАРОДНИХ ФІНАНСОВИХ УСТАНОВ У ЗНИЖЕННІ РІВНЯ БІДНОСТІ В КРАЇНАХ ЄС: АНАЛІЗ ПРОГРАМ І СТРАТЕГІЙ

Такі міжнародні фінансові установи, організації як Міжнародний валютний фонд (МВФ), Світовий банк (СБ) та група установ, що входять до його складу, Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР), відіграють важливу роль, в зниженні рівня бідності, за допомогою різноманітних проектів розвитку та гуманітарної допомоги по всьому світу. Вони сприяють соціальному та економічному розвитку країн із економікою, що розвивається, шляхом надання

консультацій, фінансової підтримки та допомоги в реалізації різноманітних проектів. Такі проекти спрямовані на подолання глобальної бідності, покращення умов життя, підтримку сталого економічного та соціального розвитку. Варто зазначити, що ефективність таких проектів, програм від міжнародних фінансових установ залежить від певних факторів. Наприклад: політична ситуація в країні, рівень корупції в цій державі, а ще звичайно що готовність цієї держави до реформ. Отже, успіх та ефективність їх реалізації на пряму залежить від сприятливого середовища країни.

Основними цілями цих міжнародних установ є: Зменшення бідності та нерівності, підтримка сталого розвитку, забезпечення стабільності та ефективності глобальної фінансової системи, підтримка розвитку інфраструктури, освіти, економічних реформ і розвитку бізнесу, а також сприянням глобальній торгівлі та інвестиціям. Варто також звернути увагу на основні цілі, таких установ в Україні. Наприклад, цілями співробітництва з МВФ є стабілізація української фінансової системи, проведення необхідних структурних реформ та створення умов для сталого економічного зростання. Фонд допомагає Україні відновити фінансову стабільність, надаючи рекомендації щодо найбільш ефективного впровадження програм реформ [1].

Основними цілями співробітництва Світового банку в Україні є: фінансова та технічна підтримка державного бюджету, сприяння впровадженню інституційних та структурних реформ. Він надає фінансову та консультаційну допомогу у впровадженні чи підготовці спільних з урядом інвестиційних та системних проектів. Саме ці проекти важливі та необхідні для економічного зростання країни.

Для оцінки ефективності роботи міжнародних фінансових установ, впливають такі аспекти: сприяння економічному розвитку держави; соціальні впливи, такі як охоронна здоров'я, доступ до освіти, зниження нерівності у суспільстві, та інше; вплив на інституційні зміни (боротьба з корупцією, зміни у системах управління); співпраця міжнародних фінансових установ з урядами країн та як успішно вони втілюють заплановані проекти та заходи; ефективність також визначається зворотним зв'язком. До цього варто також додати здатність реагувати на гострі та непередбачувані ситуації, а також відданість підтримці країн у важкі періоди. Це є дуже важливо, зважаючи на вторгнення росії в Україну. Одним із прикладів проекту соціальної підтримки є проект Світового банку «Інвестиції у соціальний захист задля підвищення охоплення, стійкості та ефективності (INSPIRE)». Який спрямований на надання фінансової підтримки найбільш незахищеним верствам населення України, які постраждали внаслідок російського вторгнення в Україну. Він передбачає надання соціальної підтримки малозабезпеченим та вразливим верствам населення. Проект направлений на соціальну підтримку осіб з інвалідністю, дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, осіб, які потребують догляду, студентів закладів фахової передвищої та вищої освіти, які отримують соціальні стипендії. Також він сприяє урядовим реформам у програмах соціальної допомоги, включаючи допомогу малозабезпеченим сім'ям та житлові субсидії, для забезпечення ефективної соціальної підтримки [1].

Важливість даного проєкту полягає в наступному: соціальна підтримка вразливих верств населення; підтримка через міжнародні фінансові установи, які забезпечують фінансову підтримку країнам із складними ситуаціями; такий проєкт має соціальний вплив на життя велику кількість людей; вплив на покращення якості життя, зменшення бідності та підвищення стійкості до важких життєвих ситуацій. Це все відображає важливу роль міжнародних фінансових установ у зменшенні бідності та допомоги тим хто її потребує.

Перелік використаних джерел:

1. World Bank Group. Підтримку Світового банку, надану Україні, буде спрямовано на фінансування соціальної допомоги малозабезпеченим та вразливим верствам населення. World Bank. URL: <https://www.worldbank.org/uk/news/press-release/2023/11/30/social-assistance-programs-for-the-poor-and-vulnerable-in-ukraine-to-benefit-from-world-bank-support>

Тимофій Котов
PhD студент,
Західноукраїнський національний університет,
м. Тернопіль
Науковий керівник:
доктор економічних наук, професор Зварич Р.Є.

ГЛОБАЛЬНІ ЛОГІСТИЧНІ МЕРЕЖІ ЯК ІМПЕРАТИВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Глобальні логістичні мережі в сучасному світі відіграють важливу роль у забезпеченні ефективного руху товарів і послуг на міжнародному рівні. Ці мережі є необхідним елементом для сталого розвитку світової економіки, оскільки вони сприяють збільшенню торговельних оборотів, підвищенню конкурентоспроможності країн. Розвиток логістичних мереж є ключовим фактором для забезпечення ефективного функціонування міжнародної торгівлі, створення нових ринків збуту та підвищення рівня життя населення. Завдяки цим мережам товари можуть швидко та ефективно переміщатися з виробничих центрів до кінцевих споживачів у різних куточках світу. Для досягнення цієї мети глобальні логістичні мережі використовують різноманітні транспортні засоби, включаючи морський, повітряний, залізничний та автомобільний транспорт. Крім того, вони використовують сучасні інформаційні технології та системи управління для оптимізації маршрутів, відстеження вантажів та планування логістичних операцій.

Аналіз існуючих логістичних мереж. На сьогоднішній день існують різні типи логістичних мереж, які використовуються для забезпечення ефективного руху товарів і послуг на міжнародному рівні. Деякі з найпоширеніших типів включають:

1. Морські логістичні мережі: Морські перевезення відіграють важливу роль у глобальній торгівлі, забезпечуючи доставку великих обсягів товарів між країнами. Незважаючи на виклики, такі як затори в портах і зростаючі витрати на паливо, морські вантажі залишаються хребтом глобальної торгівлі. Але очікуються еволюції в цьому секторі. Альтернативні палива, такі як ЗНГ (зріджений природний газ), набирають обертів з метою зменшення викидів та поліпшення екологічної стійкості. Крім того, на кермо бере дигіталізація, зі смарт-контейнерами та системами відстеження в реальному часі, які оптимізують маршрути та покращують ефективність.

2. Повітряні логістичні мережі: Повітряні перевезення швидкі та ефективні, що робить їх ідеальним вибором для доставки швидкопсувних товарів та важливих вантажів. Бурхливий ринок електронної комерції, з його попитом на швидкість і зручність, підштовхує цей ріст, особливо для високовартісних, часово чутливих товарів. Прогнозується, що ринкова вартість повітряної вантажної промисловості в усьому світі складе майже 197 млрд доларів США в 2022 році, що означає щорічне зменшення на близько 10,8%. Після трьох років спаду очікується відновлення ринку повітряних вантажів, і до 2027 року він має досягти приблизно 210,3 млрд доларів США [6].

3. Залізничні логістичні мережі: Залізничний транспорт дозволяє доставляти вантажі великими обсягами на великі відстані, що робить його важливим елементом глобальної логістики. Залізничні Вантажі Набирають Поштовху: Хоча часто ігнорується, залізничні вантажі тихо рухаються вперед, пропонуючи економічно ефективну та екологічно чисту альтернативу автомобільному транспорту. З інвестиціями в інфраструктуру високошвидкісних залізничних мереж очікуйте, що залізничні вантажі набудуть ще більшого поштовху, особливо для дальньомаршрутних вантажів.

4. Автомобільні логістичні мережі: Автомобільний транспорт широко використовується для доставки товарів на короткі та середні відстані, а також у випадках, коли потрібна доставка до віддалених або важкодоступних місць. Вантажівки можуть бути королями шосе, але вони стикаються з викликами, такими як нестача водіїв і затори. Технологія приходить на допомогу, з автоматизацією та інструментами оптимізації маршрутів, що працюють на базі штучного інтелекту, які обіцяють покращити ефективність та безпеку. Електрифікація також набирає обертів, з електричними вантажівками, які входять до використання для коротких вантажівок та внутрішньоміського транспорту.

Всі ці типи логістичних мереж постійно розвиваються та модернізуються з метою підвищення їхньої ефективності та швидкості доставки. Прогнозується, що глобальний ринок автоматизації логістики зросте з 32,7 млрд доларів США у 2023 році до 51,2 млрд доларів США до 2028 року, з річною зростанням складає 9,3% протягом прогнозованого періоду. Проте, необхідно враховувати, що сталість та доступність товарів також залежать від інших факторів, таких як митні тарифи, податки, тарифи на перевезення, валютні коливання та інші торговельні бар'єри. Таким чином, ефективність глобальних логістичних мереж у боротьбі з цими викликами грає ключову роль у забезпеченні сталого

економічного розвитку. Логістичні витрати становлять від 25% до 45% від загальних витрат і до 20% від цін продуктів, залежно від виду діяльності та типу бізнесу. Логістичні витрати можуть становити 30% від доставкових витрат. (Джерело: ops.fhwa.dot.gov)

Протягом останніх 5 років спостерігається стабільний ріст обсягів міжнародної торгівлі, що свідчить про важливість глобальних логістичних мереж у сталому розвитку світової економіки. За цей період спостерігалися наступні тенденції:

1. Збільшення обсягів міжнародної торгівлі: Обсяги міжнародної торгівлі продовжують зростати, що вказує на постійне розширення торговельних відносин між країнами. Зростання є завдяки розвитку глобальної торгівлі та збільшенню міжнародних перевезень товарів. Глобальна логістична промисловість відновилася після COVID-19 у 2022 році, досягнувши 10,41 трлн доларів і прогнозується перевищити 14,08 трлн доларів до 2028 року. (Джерело: statista.com)

2. Розвиток інфраструктури логістичних мереж (динаміка зростання): За останні десятиліття спостерігається стабільна динаміка зростання ринку логістики, що обумовлено зростанням світової торгівлі, розвитком електронної комерції та підвищенням вимог до швидкості та ефективності доставки. У 2022 році електронна комерція склала 19% від загального обсягу роздрібних продажів по всьому світу. До 2027 року цей показник прогнозується зросте до 23%. Очікується, що ринок логістики продовжить зростати в майбутньому завдяки розвитку торгівлі та впровадженню новітніх технологій в цю сферу, таких як штучний інтелект, інтернет речей та блокчейн.

3. Зростання використання зелених технологій: За останні п'ять років спостерігається зростання використання зелених технологій у логістичних процесах, що сприяє зменшенню викидів CO₂ та покращенню екологічної стійкості логістичних мереж.

4. Збільшення інвестицій у розвиток логістичних мереж: Спостерігається збільшення обсягів інвестицій у розвиток глобальних логістичних мереж, що свідчить про високий рівень зацікавленості бізнесу та урядів у цій сфері.

5. Зростання обсягів перевезень: За останні п'ять років спостерігається збільшення обсягів перевезень товарів по всьому світу, що свідчить про постійний розвиток та розширення глобальних логістичних мереж.

6. Долі ринку за секторами: Логістичний ринок складається з різних сегментів, включаючи морську, повітряну, залізничну та автомобільну логістику. Кожен з цих сегментів має свою власну долю на ринку, проте можна спостерігати тенденцію до зростання долі морської та повітряної логістики через збільшення міжнародних перевезень.

7. Регіональні відмінності: Ринок логістики має регіональні особливості, залежно від рівня розвитку економіки, географічного розташування та інфраструктурних можливостей кожного регіону.

Загалом, ринок розвитку логістичних мереж в усьому світі продовжує демонструвати стабільний ріст і привертає увагу як міжнародних компаній, так і

інвесторів, що шукають можливості для відкриття нових ринків та розширення бізнесу.

У період з 2024 по 2030 роки очікується подальше зростання важливості глобальних логістичних мереж у світовій економіці. Прогресивний розвиток технологій та зміни у споживацьких та виробничих звичках створюють нові виклики і можливості для логістичних компаній та урядових органів. Декілька ключових аспектів, які варто врахувати:

- *Використання штучного інтелекту та аналітики даних*: За допомогою штучного інтелекту та аналітики даних можна підвищити ефективність логістичних процесів, оптимізувати маршрути та ресурси, а також прогнозувати попит на ринку. Глобальний екосистема ринку штучного інтелекту (AI) у логістиці та ланцюжку поставок була оцінена в 1,7 млрд доларів США у 2018 році і очікується досягти 12 млрд доларів США до 2027 року, з річною зростанням на рівні 24%. [8].

- *Розвиток електронної комерції*: Зростання електронної комерції призводить до збільшення обсягів доставок та потреби у вдосконаленні останньої милі. *Розвиток дронів та автономних транспортних засобів* може змінити підходи до останньої доставки. Прогнозується, що глобальний ринок доставки пакунків за допомогою дронів зросте з 1 522,4 млн доларів у 2021 році до 31 188,7 млн доларів до 2028 року при САГР у період прогнозу на рівні 53,94%.

- *Зелена логістика та сталість*: Врахування екологічних аспектів у логістичних процесах стає все важливішим. Розвиток екологічно чистих технологій та заходів для зменшення викидів шкідливих речовин може сприяти сталому розвитку глобальних логістичних мереж. Розмір глобального ринку зеленої логістики в 2022 році оцінювався в 1,3 трлн доларів, і прогнозується, що до 2032 року він зросте до 2,9 трлн доларів, зростаючи з САГР на рівні 8,3% від 2023 до 2032 року. [8].

- *Глобалізація та мультинаціональність*: З розвитком глобальних логістичних мереж зростає значення міжнародних співтовариств і партнерств для ефективного вирішення глобальних викликів у сфері логістики.

Глобальні логістичні мережі відіграють ключову роль у сталому розвитку світової економіки. Їх розвиток сприяє підвищенню ефективності міжнародної торгівлі, покращенню доступності товарів для споживачів. Загальний прогноз до 2030 року передбачає подальший розвиток всіх типів логістичних мереж з акцентом на впровадження новітніх технологій, підвищення ефективності, збільшенням регіональної співпраці та зменшення впливу на довкілля.

Перелік використаних джерел:

1. Борзенко О.О.; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України». Електрон. дані. К., 2022. 264 с. : табл., рис. Режим доступу : <http://ief.org.ua/wp-content/uploads/2022/10/Globalizaciyniproceny-u-svitoviy-economici.pdf>

2. Сивак Р.Б. Глобальна логістика у забезпеченні сталого розвитку світового господарства. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного

Сергій Плавуцький
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

РОЛЬ РЕЛІГІЙНИХ ЧИННИКІВ У МІЖНАРОДНИХ КОНФЛІКТАХ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ

Дослідження ролі релігійних чинників у міжнародних конфліктах має важливе значення для розширення наукового розуміння цієї проблематики. Аналіз впливу релігійних ідеологій на формування політики, дипломатичні відносини та стратегії врегулювання конфліктів може стати цінним доповненням до наукової літератури в галузі міжнародних відносин та політології. Учені, такі як Джон Л. Еспозіто, Карен Армстронг і Семюел П. Гантингтон, зробили значний внесок у розуміння багатогранної природи релігійних конфліктів, висвітливши різні погляди на історичні, соціально-політичні та релігійні аспекти цих конфліктів. Запропоновано розглядати релігійні чинники як спосіб краще зрозуміти мотивації сторін конфлікту, що може сприяти як і розробці більш ефективних стратегій міжнародного співробітництва, так і побудові стійкого миру на основі взаєморозуміння та толерантності. Сучасний світ визначають 7 найбільших та найвпливовіших релігій, серед яких атеїзм залишається поза списком через свою природу як переконання, що відкидає релігійність. Варто відзначити, що атеїзм, зважаючи на свою популярність, відіграє важливу роль у міжнародних конфліктах [5, с. 25].

Через великий авторитет серед вірян та можливість мобілізувати громадську думку, релігійні лідери та організації мають великий вплив на міжнародні відносини. Їхня позиція може визначати реакцію держав та міжнародних організацій на важливі світові події, включаючи конфлікти та співпрацю. Крім того, релігійні лідери часто виступають як посередники в конфліктах, пропонуючи мирні рішення та сприяючи діалогу між сторонами [3].

Дослідження впливу глобальних християнських, ісламських та єврейських організацій на міжнародні відносини вказує на їхню ключову роль у вирішенні спільних проблем, формуванні глобальних стратегій та сприянні діалогу між культурами.

Історичні конфлікти, такі як хрестові походи, розширення ісламської імперії, розкол сунітів і шіїтів, єврейсько-римські війни та арабо-ізраїльський конфлікт, є доказом того, що релігійні переконання та ідеології мають значний вплив на геополітичні події та відносини між культурами. Ці конфлікти стали основою для формування сучасного світового порядку та підкреслюють важливість розуміння взаємозв'язку між релігією та політикою. Такі події показують, що релігійні конфлікти можуть мати глибокі наслідки не лише для віруючих, але й для всього світового співтовариства [2].

Країни, які стикаються з релігійними конфліктами, втрачають значну частку свого ВВП через секторну насильницьку діяльність, що уповільнює їхній економічний зріст [1, с. 130]. Релігійні конфлікти перешкоджають глобальній торгівлі та інвестиціям через геополітичні невизначеності, стримуючи міжнародних інвесторів та торговельних партнерів. Також звіт Всесвітнього банку свідчить про значне зниження торговельного обсягу у країнах, що страждають від релігійних конфліктів, що впливає як на імпорт, так і на експорт.

Міжнародні організації, такі як ООН, ЄС та інші, активно втручаються у регулювання релігійних конфліктів. Наприклад, у 2020 та 2021 роках, міжнародні організації, зокрема Розширений кредитний фонд МВФ та Центральний резервний фонд ООН, надали значну фінансову допомогу Ємену, сприяючи економічній стабілізації та гуманітарній допомозі у зонах конфліктів. Рада Безпеки ООН також відіграє важливу роль, розгортаючи миротворчі місії для відновлення стабільності та сприятливого середовища для економічного відновлення у цих регіонах [4].

Аналіз ролі релігійних ідентичностей у формуванні конфліктів та особливостей семи провідних релігій розкриває схильність певних віровчень до конфліктів. Недостатнє вивчення областей, що стосуються внутрішньо-релігійних конфліктів, зростання фундаменталістських ідеологій та проблеми захисту прав релігійних меншин підкреслюють необхідність комплексного дослідження у цій сфері.

Перелік використаних джерел:

1. An empirical analysis of state per capita income," Journal of Economic Behaviour and Organization, 27, 129-142.
2. Doniger, Wendy, ed. Britannica Encyclopedia of World Religions. 2006.
3. Marta Reynal-Querol and José G. Montalvo A Theory of Religious Conflict and its Effect on Growth.. 2000.
4. Robert A. Seiple and Dennis R. Hoover Religion and Security: The New Nexus in International Relations. 2004. P. 104.
5. Jack Snyder Religion and International Relations Theory. 2011. P. 23-65.

Яна Приймак

Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА ФОРМУВАННЯ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ СУЧАСНИХ СУБ'ЄКТІВ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

У епоху глобалізації світова економіка стає все більш інтегрованою та взаємозалежною. Відкриті кордони, новітні технології транспорту та комунікацій, лібералізація торгівлі - все це суттєво вплинуло на формування торговельної політики та стратегій сучасних суб'єктів міжнародного бізнесу. Вивчення цього впливу має важливе теоретичне та практичне значення для ефективної діяльності компаній на глобальних ринках [1].

Глобалізація є багатоаспектним процесом інтеграції національних економік у єдину світову систему. Ключовими її проявами є вільний рух капіталу, робочої сили, товарів та послуг, транс - націоналізація виробництва, поширення інформаційних технологій, уніфікація правил ведення бізнесу тощо. [5] Рушійними силами глобалізації виступають технологічний прогрес, діяльність наднаціональних організацій (СОТ, МВФ, ТНК та ін.), а також політика лібералізації торгівлі з боку національних урядів.

Глобалізація відкриває нові перспективи для суб'єктів міжнародного бізнесу. Зокрема, це розширення ринків збуту, це дає можливість нарощувати обсяги продажів, диверсифікувати ризики та більш ефективно використовувати виробничі потужності [2]. Також, доступ до дешевших ресурсів виробництва, вільний рух капіталу, робочої сили та сировини дозволяє залучати необхідні ресурси з місць їх найвигіднішої пропозиції. Компанії здатні фокусуватися на певних ланках створення доданої вартості, максимізуючи ефективність, а інші складові виробничо-збутового циклу організовувати на засадах аутсорсингу та офшорингу [6]. Водночас посилюється конкуренція з боку іноземних компаній, виникають додаткові регуляторні та культурні бар'єри входу на нові ринки. Глобалізація призводить до зростання взаємозалежності між суб'єктами економічних відносин та підвищує їхню вразливість до зовнішніх шоків і криз. Географічна експансія на нові ринки потребує адаптації до місцевих культурних традицій, смаків споживачів, а також дотримання численних регуляторних норм і вимог (стандартів, сертифікації та ін.). Водночас посилюється конкуренція з боку іноземних компаній, виникають додаткові регуляторні та культурні бар'єри входу на нові ринки.[4] Оскільки ТНК представлені одразу в багатьох країнах, їхня діяльність часто стає предметом уваги та дискусій щодо ролі у політичних процесах, дотримання етичних норм, впливу на екологію тощо. Наприклад, шведський меблевий гігант ІКЕА, виходячи на ринки Китаю та Індії, зіткнувся з необхідністю адаптувати свої товари до місцевих культурних особливостей та побажань споживачів [7].

Щоб скористатися перевагами глобалізації та мінімізувати супутні ризики, суб'єкти бізнесу мають ретельно вибудовувати свою торгівельну політику. Типовими стратегіями є:

- диверсифікація експортних ринків;
- спеціалізація на певних товарних нішах;
- створення глобальних виробничо-логістичних ланцюжків;
- укладання угод про спільне підприємництво з іноземними партнерами та ін [3].

Важливо орієнтуватись на перспективні країни з високим економічним потенціалом. Окремої уваги потребує врахування міжнародного середовища. Суб'єкти бізнесу активно відстежують торгівельну політику окремих країн, багатосторонніх організацій (СОТ, ЄС, НАФТА та ін.), вчасно адаптуються до змін у технічних стандартах, митних та інших нетарифних бар'єрах. За потреби вони вдаються до лобювання власних інтересів на міжнародному рівні [8].

Отже, глобалізація кардинально змінила правила гри для суб'єктів міжнародного бізнесу, відкривши нові ринки та можливості інтернаціоналізації

виробництва, але й загострила конкурентну боротьбу. Щоб ефективно функціонувати в таких умовах, компанії мають виважено формувати власну торгівельну стратегію, максимально враховуючи виклики та перспективи глобального економічного простору.

Список використаних джерел:

1. Bauman, Z. (1998). *Globalization: The human consequences*. Columbia University Press.
2. Boguslavskaya, S.I. (2019). Globalizatsiia ta yii vplyv na formuvannia torhovelnoi polityky TNK. *Ekonomika ta derzhava*, (1), 37-41. <http://www.economy.in.ua/?op=1&z=4397&i=17>
3. Grahame, T. (2000). *Globalization and corporate strategy*. Routledge.
4. World Trade Organization. (2023). *World Trade Report 2023*. https://www.wto.org/english/res_e/reser_e/wtr_e.htm
5. Козик, В.В., Панкова, Л.А., Даниленко, Н.Б. (2007). *Міжнародні економічні відносини*. Знання-Прес.
6. Рум'янцев, А.П., Рум'янцева, Н.С. (2004). *Зовнішньоекономічна діяльність*. Центр навчальної літератури.
7. Філіпенко, А.С. (2008). *Міжнародні економічні відносини: теорія*. Либідь.
8. Циганкова, Т.М., Петрашко, Л.П., Кальченко, Т.В. (2004). *Міжнародна торгівля*. КНЕУ.

Ігор Павлишин

PhD студент,

Західноукраїнський національний університет,

м. Тернопіль

Науковий керівник:

доктор економічних наук, професор Зварич Р.Є.

«РЕАЛЬНА» ТА «ШТУЧНА» НАЦІНКА У ГЛОБАЛЬНИХ АГРОПРОДОВОЛЬЧИХ ЛАНЦЮГАХ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ

Глобальні агропродовольчі ланцюги доданої вартості - це складний механізм, який об'єднує різні стадії виробництва, обробки, доставки та маркетингу сільськогосподарської продукції. Ці ланцюги включають в себе не лише сам процес виробництва, а й послуги, які додаються на кожній стадії цього процесу для створення більшої вартості.

Ось деякі ключові аспекти функціонування глобальних агропродовольчих ланцюгів доданої вартості:

1. «Виробництво»: Це перша стадія, де сільськогосподарські культури вирощуються на полях або фермах. Тут використовуються різні технології та методи, включаючи сучасні методи сільського господарства та використання інноваційних засобів для підвищення врожайності та якості.

2. «Обробка та переробка»: Після збору продукції вона піддається обробці та переробці, щоб підвищити її тривалість зберігання, безпеку та привабливість для споживача. Це може включати консервацію, заморожування, фасування та інші процеси.

3. «Транспортування та логістика»: Після обробки продукція транспортується на різні ринки або споживачів. Це може включати внутрішню логістику в країні-виробнику, міжнародні перевезення та інші види транспортування.

4. «Маркетинг та реалізація»: На останній стадії продукція пропонується споживачам через різноманітні канали збуту, включаючи супермаркети, ресторани, онлайн-платформи тощо. Маркетингові стратегії використовуються для привернення уваги споживачів та створення попиту на продукцію.

5. «Додаткові послуги»: Окрім основного виробництва і реалізації продукції, глобальні агропродовольчі ланцюги можуть включати додаткові послуги, такі як сертифікація продукції, дослідження та розвиток нових сортів культур, екологічні програми та інші ініціативи.

Дані ланцюги створюють значну додану вартість, яка сприяє підвищенню ефективності та конкурентоспроможності всієї агропродовольчої галузі, проте, вивчаючи певні документи, які лягли в основу, що формування доданої вартості в процесі функціонування є класичним (позитивним) та штучним (негативним).

Позитивний вплив суб'єктів господарювання на формування доданої вартості в агропромисловому комплексі може бути досить значним і залежить від кількох факторів:

1. «Якість продукції»: Висока якість продукції може збільшити її вартість. Це може включати такі аспекти, як використання сучасних методів виробництва, відповідність стандартам якості та безпеки, органічне виробництво та інші фактори, що підвищують цінність продукту на ринку.

2. «Технологічні інновації»: Впровадження новітніх технологій у сільське господарство та продовольчу промисловість може підвищити продуктивність, знизити витрати та покращити якість продукції, що сприяє зростанню доданої вартості.

3. «Доступ до ринків»: Успішний доступ до глобальних ринків може підвищити додану вартість продукції. Це може бути досягнуто через укладання вигідних торгових угод, розширення дистрибуційних мереж та розвиток маркетингових стратегій.

4. «Брендування та маркетинг»: Створення сильного бренду та ефективні маркетингові стратегії можуть підвищити споживчу цінність продукції, що додає до неї вартості.

5. «Стійке виробництво»: Забезпечення стійкого виробництва може гарантувати постачання продукції відповідно до попиту, що сприяє підвищенню цінності продукту на ринку.

6. «Соціальна відповідальність та екологічна стійкість»: Стратегії, спрямовані на соціальну відповідальність та охорону навколишнього середовища, можуть стати додатковим фактором в формуванні доданої вартості,

оскільки споживачі все більше цінують продукцію, яка виробляється з урахуванням цих аспектів.

Узагальнюючи, формування загальнопризнаними та законом не забороненими методами доданої вартості в агропромисловому комплексі залежить від комбінації цих факторів, а також від ефективного управління та стратегічного планування компаній у цій галузі, що в свою чергу позитивно впливає на економічний мікроклімат кожного з учасників та глобальний макроклімат економік, які співпрацюють.

Наступним етапом можемо розглянути формування доданої вартості шляхом уникнення оподаткування на певних етапах утворення ринкової ціни для кінцевого споживача, що в свою чергу вкрай негативно впливає на конюктуру цін та завдає значних збитків економікам держав, де вони ведуть свою господарську діяльність – резиденти.

У такому випадку першочергово слід зауважити, що уникнення оподаткування, митних платежів учасниками глобальних агропромислових ланцюгів, які в процесі своєї діяльності формують ціну є вкрай небезпечним, оскільки вони під час реалізації своїх товарів та послуг можуть запропонувати штучно створену додану вартість, яка через різницю у затратах по обов'язкових податках і зборах дає їм можливість на ринку запропонувати найкращу ціну, оскільки законопослушні резиденти не зможуть втримати такого роду конкуренцію, що в кінцевому результаті призведе до повної монополії та відсутності розвитку, зниження зацікавленості інвесторів від даного сегменту ринку товарів.

Розглянемо ситуацію для прикладу, УВАГА, усі збіги з реальними юридичними особами або подіями, що мали місце є випадковістю.

Візьмемо за основу три абсолютно вигадані компанії: ТОВ «Амарилокс», ТОВ «Грандеха», ТОВ «Лобеліза» та ТОВ «Орхідея-КОЗ» які провадять свою діяльність на території Тернопільської області, скажімо, зареєстровані усі на родичів та по одному адресу, нехай це буде, с. Велика Березовиця, для того щоб сформуванню певну ціну на товар, необхідно врахувати усі витрати на його отримання, транспортування, заробітні плати працівникам, митні та інші загальнообов'язкові платежі, що справляються в дохід державі та охороняються законом.

Проте, таким чином важко конкурувати з третіми особами, якщо не брати до уваги можливість впровадження законних важелів конкуренції, які перераховані у науковій статті вище.

Тому, умовний власник, щоб обійти добросовісних учасників ринку формує певну протиправну стратегію шляхом створення компаній – нерезидентів на території країн Європи, основною метою яких є отримання від спільного засновника готівкові кошти (фізично передають родиці, друзі родичі, водії), за які штучно створені фірми – нерезиденти закупляють сільгосппродукцію у країнах Африки та Європи, в подальшому формують для компаній ТОВ «Амарилокс», ТОВ «Грандеха», ТОВ «Лобеліза» та ТОВ «Орхідея-КОЗ» документи для пред'явлення митним органам України із завідома заниженою вартістю товару, від якої і нараховується Таким чином, в

момент створення завідома неправдивих даних, що стосується вартості товару за попередньою змовою групи осіб державі завдається збитки приблизно за кожну партію у відсотковому відношенні 30/70. Тобто, якщо фактична вартість партії складає в середньому 80-100 тисяч Євро, то в навмисно сфальсифікованому документі про вартість товарів фігурує вартість товарів, що не перевищує 20-30 тисяч євро на момент проходження митного посту та фактичної сплати митних платежів суб'єктом господарювання.

Дана злочинна схема у глобальних агропродовольчих ланцюгах доданої вартості не тільки завдає шкоди бюджету країни в особливо великих розмірах, а й формує таких макроекономічних та мікроекономічний клімат, який штовхає інших учасників ринку вдаватися до «схем» у формуванні доданої вартості або припиняти господарську діяльність через неможливість конкурувати, що в свою чергу створює тотальну монополію та в подальшому – стагнацію даного агропродовольчого ланцюга доданої вартості.

На мою думку дана стаття в черговий раз доводить, що наука відіграє ключову роль у вдосконаленні методів боротьби з економічною злочинністю та забезпеченні стійкого розвитку економіки та суспільства.

Перелік використаних джерел

1. Голов, С. Облік і звітність на основі концепцій доданої вартості. Бухгалтерський облік і аудит. 2015. № 8-9. С. 2-13.
2. Гриценко Л. Л., Деркач Л. С. Економічна додана вартість як показник оцінки ефективності функціонування підприємства Вісник СумДУ. Серія «Економіка», 2022. № 1. С.41-46
2. Спільник І. Аналіз економічної доданої вартості підприємства. Економічний аналіз : зб. наук. праць. 2015. Вип. 12, ч. 4. С. 70-74
3. Реєстр судових рішень (офіційний сайт) Категорія справи № 607/23950/21
4. Interconnected Economies: Benefiting from Global Value Chains [Electronic resource]. Organisation for Economic Co-operation and Development. Electronic data. [Paris: 2013]. Mode of access: World Wide Web: http://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/interconnected-economies_9789264189560-en

Zou ZHIGANG
West Ukrainian National University
Ternopil

CHINA'S REFORMS AS A PATH TO INTEGRATION INTO THE WORLD ECONOMY

Currently the PRC is carrying out the second stage of reform the main feature of which is the transition from the use of extensive growth factors to the use of intensive ones. Three tasks are relevant at this stage of the reform:

- State industry reforms.
- Reforms of the banking system.

- Completion of the reform of the agrarian sector.

There are more than 370,000 state-owned enterprises in China including small, medium and large enterprises. More than 100 million workers are employed at state-owned enterprises. It is planned to leave about 1000 of the largest and strategically important heavy industry enterprises in state ownership which will receive state investment funds including loans for technical modernization. Small and medium-sized enterprises will be joint-stock and transformed into joint-stock companies (closed joint-stock companies). The banking system of the People's Republic of China is two-tiered that includes a first-tier bank – the Central Reserve Bank and a set of commercial banks – second-tier banks. Recently, the banks began to implement a more discriminatory lending policy. Most commercial banks are characterized by profitability in their work. At the same time the balance sheets of banks remain burdened with poor-quality loans that is the result of an ineffective credit policy. (According to Chinese standards bad loans are loans for which payments (on the principal amount and interest) are overdue for a year or more; according to international standards this period is 6 months).

About 20% of all unpaid loans are officially considered non-performing. By international standards some Chinese commercial banks are insolvent. Lack of capital and huge portfolios of non-performing loans are just two of the main problems faced by commercial banks. Another problem is their inefficient organizational structure. The commercial banking sector is excessively centralized and needs to be reorganized in China. After the accession of China to the World Trade Organization (WTO) the need for financial restructuring of state-owned enterprises and clearing commercial banks' balance sheets of bad loans became even more obvious. As a member of the WTO China must remove barriers to imports and the entry of foreign companies into many sectors of its economy. Membership in the WTO also involves the opening of national financial markets for foreign organizations. For the financial restructuring of state-owned enterprises and four major commercial banks the government developed a debt-for-equity plan. Debt that can be exchanged for securities makes up almost half of outstanding bank loans. A similar exchange is two interrelated operations: the exchange of corporate debt for shares and the purchase of exchange debts from banks. The purpose of the debt-to-equity exchange is:

- 1) a decrease in the ratio of the use of borrowed funds (the ratio of loan capital to equity) at state-owned enterprises which are about 70% of all assets;
- 2) providing enterprises with resources for investment.

Buying debts is equivalent to writing off bad bank loans and providing banks with additional resources. Both processes take place simultaneously, gradually and on a limited scale. The main requirements for exchanging debt for shares:

- the exchange can be carried out only for overdue loans of past years in order to prevent fraud with lending;
- only the debt of enterprises to the four main commercial banks or the State Development Bank is exchanged;
- state-owned enterprises that can exchange their debt for shares are selected by asset management corporations together with the State Economic and Trade Commission (SETC).

The most difficult task is the implementation of the final (second) agrarian reform. Two reform variants were discussed. The first variant was to create large, highly mechanized family farms. It will require a huge amount of agricultural machinery and most importantly it will threaten several hundred million people which will inevitably lead to social explosions.

The second variant provided for the voluntary cooperation of the peasants and the gradual technical rearmament of agriculture. The implementation of this option will also cause unemployment but on a much smaller scale. As for the release of workers it is expected that they will be employed at village and parish enterprises that produce fabrics, clothes, shoes, electrical appliances and other household items.

The effectiveness of China's policy is obvious: many branches of Chinese industry are experiencing rapid growth, foreign investments are being actively attracted, the creation of large joint ventures and preferential tax zones, and the construction of industrial and processing plants are encouraged. With rather poor energy resources in the PRC, the need for which is often not fully satisfied, the Chinese economy, nevertheless, does not slow down its pace of industrial development. This can be judged by statistical data. Thus, in the pre-crisis year of 2006, the volume of imports to China grew by 23.8% (mainly due to the raw material component), and Chinese exports - by 27.2%.

It is a positive fact that the scientists of Ukraine [1] agree with the fact that historical experience is on the side of the modern Chinese leadership, the descendants and followers of those who made the decisions as far back as 1978. After all, no matter what they say, textbook Western democracy cannot really "automatically" take root in a place where there was never even a concept of such a thing. It is the understanding of this fact that will make it possible to build international economic relations with China to the benefit of both countries.

References:

1. Севастьянов О.40-річчя реформ в Китаї: шлях нації, яка навчилася визнавати помилки. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-world/2604213-40ricca-reform-v-kitai-slah-nacii-aka-navcilas-viznavati-pomilki.html>

Ruslana Lutsiv, Oleh Chukhnii
West Ukrainian National University
Ternopil

CLUSTER-BASED CITY ECONOMIC DEVELOPMENT IN ASIA

City cluster economic development (CCED) is an urban-led development approach that enhances the ability of cities to promote economic growth in an extended urban region [5]. The primary methodology of CCED is to assess the competitiveness of the city's ability to increase the value of its enterprises, and to enhance its ability to nurture the progress of its local economic dynamism for the prosperity of its residents. An extended urban region is defined by spatial spheres of economic influence, not

administrative jurisdictions. CCED takes advantage of economies of scale in extended urban regions, thus increasing the intensity of economic activity.

There are four types of city clusters: *urban corridors* are the ones in which urban settlements adopt a linear configuration; *megacity-dominated clusters*. The rapid growth of a major megacity incorporates and absorbs its surrounding regions; *subnational regional clusters*, in which no single city dominates development in the city region; *transborder clusters*, in which urban settlements neighboring each other span across national borders, yet create a connected sphere of economic influence.

However, towns functioning as a market center for their rural peripheral areas are also included as city clusters based on their economic linkages between urban and rural areas. As Asia is urbanizing rapidly CCED are becoming of paramount importance. By 2030, more than 55% of Asia's population will reside in urban areas. Thus, a development approach, which can take into account both rural and urban economic activities in a regional economic context, is needed.

CCED can provide new insights into the changing economic structure and spatial pattern of business activities and investment in selected CCED economies by: identifying the comparative advantages of resources in agglomerated urban regions [3]; identifying factors contributing to the competitiveness of sectors, industries, or clusters; building up partnerships for development opportunities in key industries and players; prioritizing the infrastructure investment needed to improve the business environment; and strategizing development of targeted sectors, thus generating employment opportunities.

CCED calls for a unified multisector approach to reach common development goals among local government bodies and stakeholders in both urban and rural areas in an extended urban region. It can improve the financial viability and credit rating of local government bodies of the city region by forging areawide fiscal measures, tapping into the economic value of land, and encouraging private sector participation. CCED requires cooperative and coordinated actions among local government bodies within the city cluster [5].

There are certain factors that enhance the growth potential of CCED. The table provides a strategic framework for policy makers in enhancing the growth potential of CCED with respect to institutional, demographic, and structural factors [2].

In summary, cluster-based city economic development (CCED) is an approach to develop a new path to achieve sustainable economic development in cities by fostering the development of industry clusters. The approach includes an analytical methodology, seven guiding steps to assess a city's economic policy environment and its drivers to competitiveness.

Table 1

Strategic Framework for Enhancing the Growth Potential of CCED

Factors	Barriers	Mitigation Measures	Strategies
1. Institutional, legal, and governance mechanisms	<ul style="list-style-type: none"> • Autonomous local units may resist CCED; • Antiurban mind-set; • Governmental fragmentation. 	<ul style="list-style-type: none"> • More information to local government officials about the merits of CCED Local government reforms. 	<ul style="list-style-type: none"> • Use region-wide planning to usher in region-wide governance; • Nurture strong leaders as a catalyst for CCED.
2. Demographics, resources, and spatial aspects for integrating rural and urban economies [4]	<ul style="list-style-type: none"> • Population size to form an agglomerated pattern of city regions; • Conventional perception on rural-urban dichotomy deters inclusive CCED. 	<ul style="list-style-type: none"> • Strengthen economic links between rural and urban areas; • Improve the flow of goods and services in both directions; • Strengthen unified city cluster wide efforts to reduce poverty through political will. 	<ul style="list-style-type: none"> • Encourage compact settlement patterns within an 80-kilometer radius; • Do not dichotomize urban and rural sectors; include both in area-wide development; • Promote agro-processing businesses and enterprises.
3. Development planning issues	<ul style="list-style-type: none"> • Planners use mainly physical planning detached from economic planning that cannot be implemented; • Zoning codes and standards too focused on local issue. 	<ul style="list-style-type: none"> • Support data-gathering and dissemination activities; • Train planners to strengthen comprehensive plans in city clusters in connection with economic and fiscal planning. 	<ul style="list-style-type: none"> • Adopt an area-wide approach suitable for ushering in governance reforms; • Formulate and adopt comprehensive city cluster plans reflecting a longer-term perspective.
4. Land resources and land tenure	<ul style="list-style-type: none"> • Private ownership of land makes it difficult to leverage land for CCED financing; • People’s resistance to “land grabbing” for project use; 	<ul style="list-style-type: none"> • Capture tax revenue from increased value of land resulting from provision of infrastructure; • Implement tax reforms to capture economic value of land and land tenure; • Use land readjustment. 	<ul style="list-style-type: none"> • Use land readjustment mechanisms to unlock the economic value of land and increase property values; • Revise tax laws to facilitate use of land as a development financing resource.

	<ul style="list-style-type: none"> • Failure to repeal legislation on land issues will delay CCED programs. 		
5. Economic growth potential and trade functions [4]	<ul style="list-style-type: none"> • Low level of economic productivity; • Lack of industrial-commercial activities. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tap intellectual capital and resources from academic research institutions; • Formulate and implement city cluster local economic development strategies. 	<ul style="list-style-type: none"> • Concentrate infrastructure investments in one area to attract more enterprises; • Attract foreign and domestic investors by offering tax incentives.
6. Taxation, fiscal issues	<ul style="list-style-type: none"> • Low revenue-generating capacity on the part of local government bodies and low credit ratings; • Dependence on fund transfers and grants-in-aid. 	<ul style="list-style-type: none"> • Institute area-wide tax reforms; • Train local officials in revenue raising techniques, budgeting, and fiscal accountability 	<ul style="list-style-type: none"> • Improve tax collection; • Invite PSP investments; • Consolidate city clusters to achieve higher credit ratings.
7. Infrastructure and informational connectivity	<ul style="list-style-type: none"> • Poor urban infrastructure and services; • Lack of coordination in the provision of infrastructure. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tap central and provincial or state governments to provide more infrastructure. 	<ul style="list-style-type: none"> • Encourage PSP for infrastructure investments; • Set up SEZs and industrial parks [1].
8. Private sector participation	<ul style="list-style-type: none"> • Low level of PSP interest; • Lack of mechanisms for PSP; • Lack of transparency and accountability; • Widespread rent-seeking. 	<ul style="list-style-type: none"> • Facilitate PSP by streamlining Procedures • Tap into banks and other financial institutions for investments. 	<ul style="list-style-type: none"> • Provide mechanisms for more PSP in financing urban infrastructure and services.

CCD (city cluster development), PSP (private sector participation), SEZ (special economic zone).

Note: compiled by using [1], [2], [3], [4], [5].

References:

1. Chukhnii O., Zvarych R., Lutsiv R. AI as a driver of formation of intelligence city geoeconomic clusters in China. *Інноваційні процеси економічного та соціально-культурного розвитку: вітчизняний та зарубіжний досвід: матеріали XIV Міжнародної наукової конференції, Тернопіль, 28-29 березня 2023 р. Тернопіль: ЗУНУ, 2023 рік. С. 161-163. (Last accessed 22.02.2024).*
2. Chukhnii O., Zvarych R., Lutsiv R. The Potential of Asian Urban Archipelagos. *VI конгрес сходовознавців. збірник матеріалів, Львів-Торунь, 3 грудня 2022 року. Liha-Pres 2022. С. 184-187. DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-288-6-47>. (Last accessed 2.03.2024).*
3. Chukhnii O., Lutsiv R. Megaregions as drivers of economic growth. *Соціальні, економіко-правові та фінансові виклики в умовах глобальних трансформацій: матеріали III Міжнародної науков.-практ. конф., Тернопіль-Свалява, 19 травня 2023 р. Тернопіль: ЗУНУ, 2023. С. 34-38. (Last accessed 28.02.2024).*
4. Chukhnii O., Lutsiv R. Urban geoeconomic clusters as drivers of economic growth in afterwar Ukraine. *Стратегії управління інноваціями в сучасній економіці: матеріали міжнародної науков.-практ. конф. Одеса, 1 вересня 2023. Східноєвропейський центр наукових досліджень: Одеса, 2023. С. 70-72. (Last accessed 12.03.2024).*
5. Lutsiv R. Smart cities: Economic dimensions of their evolution. *Herald of Ternopil National Economic University. Vol. 2. № 96. 2020. с. 50-61. URL: https://www.researchgate.net/publication/347664028_Smart_cities_Economic_dimensions_of_their_evolution. DOI: <https://doi.org/10.35774/visnyk2020.02.050>. (Last accessed 21.02.2024).*

Jian Hao,
Scientific Supervisor, PhD in Economics,
Professor Volodymyr Mazur
West Ukrainian National University
Ternopil

CURRENT TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF METALLURGICAL INDUSTRY OF THE CHINESE PEOPLE'S REPUBLIC

The rapid advancement of technologies, changes in global market conditions and the strategic importance of the metallurgical industry in China require strategic transformations in management of these enterprises. Adapting to new challenges and innovative approaches in management becomes a key factor in ensuring the competitiveness and resilience of metallurgical sector in China.

Capacity management can be an effective tool in addressing the imbalance between supply and demand in metallurgical industry of China. By adjusting production capacities based on changes in demand for metallurgical products, enterprises can reduce a negative impact of overproduction or insufficient production capacity. This enables more efficient resource utilization and cost reduction while maintaining production stability and competitiveness in the market. To ensure their long-term viability, steel plants are transitioning to low-carbon production. The current challenge in China's steel industry lies in utilizing production capacities amidst limited demand for steel. This means that to achieve climate goals, capacities must be reduced and metallurgical plants may need to be merged and reorganized.

Conditions to support a high export share are not favorable, considering the intense competition in international market and existing trade barriers. However, the government plans to incentivize the export of high value-added products. This is aimed at overcoming barriers to overseas supply of typical Chinese metal products and creating more competitive conditions for export. The transformation of the steel industry will focus on a "green" transition. Industry tasks include reducing emissions, improving energy efficiency, creating a carbon-neutral path, refining Environmental Product Declarations (EPDs) for the steel industry, and accelerating research on standards for low-carbon steel.

Demand for steel in China increased twice in the last two decades: in 2008 and 2021, when production volumes reached 500 million tons. However, in 2023, there is a decrease in domestic demand due to a slowdown in the real estate market, urbanization processes, and changes in population structure. Although the automotive sector is a significant consumer of steel, its share is much smaller than that of construction. In this context, stimulating demand for steel can be achieved through a transition to "green" energy, as traditional industries have reached their peak.

In October 2023, Chinese metallurgical companies reduced steel production by 3.7% compared to the previous month, to a level of 79.09 million tons. Compared to October 2022, this indicator decreased by 1.8%. Chinese steel production has been decreasing during the fourth months as more metallurgical enterprises undergo technical maintenance amid declining profitability and unjustified expectations of demand during the peak consumption season.

During January-October 2023, Chinese metallurgical companies increased metal product exports by 34.8% compared to the corresponding period in 2022, reaching a volume of 74.73 million tons. These data were provided by the China Iron and Steel Association (CISA). In October of this year, Chinese metallurgists exported 7.94 million tons of steel, which is 1.5% less than in September. The average price of exported steel in October was \$792 per ton, which is \$22.1 or 2.7% less than the previous month. As for steel imports to China for the period of January-October 2023, it amounted to 6.37 million tons, which is 30.1% less than in the corresponding period of 2022. In October, Chinese consumers imported 668 thousand tons of steel, which is 4.4% more than the previous month.

The average price of imported steel in October was \$1517.1 per ton, which is 7.1% less than in September. High steel export figures from China are due to low prices of metal products compared to other exporting countries, as well as low domestic demand, which forces domestic producers to sell abroad. The main volumes of steel exports are directed to regions where there are no trade barriers, including Southeast Asia, the Middle East, North Africa, Central America, and others. Domestic demand for steel products remains low, especially due to weak consumption in the construction industry. Although export dynamics showed growth from February to August, this indicator has been decreasing since June, likely due to slowing demand abroad. This may be caused by countries' efforts to combat inflation and reduce consumers' purchasing power. The rapid development of technologies and changes in global markets require strategic transformations in China's metallurgical industry. Capacity management can help reduce the negative impact of overproduction or insufficient

production capacity, while ensuring production stability and competitiveness in the market. The transformation of steel industry in China is aimed at "green" transition, which involves reducing emissions, improving energy efficiency, and developing low-carbon technologies.

Wu Qi
West Ukrainian National University
Jiuquan China

THE SOCIO-ECONOMIC INEQUALITY IN CHINA: ANALYZE OF TRENDS

The most fundamental change of Chinese society since the reform and opening-up is the change of social structure. The core of the change of social structure is the change of social hierarchical structure. The so-called stratification is to observe society from the perspective of vertical changes in people's social status. The essence of stratification is a change in the relationship between people's interests or resource holdings. The essence of China's current reform is also about the vicissitudes of People's interest relations. Since the 1980s, due to the country's unbalanced development policy, emphasis on efficiency priority distribution, as well as the state-owned enterprise reform in-depth development and other factors, the gap between the rich and the poor in the country has shown a clear trend of expansion. Although the gap between the rich and the poor is still mainly reflected in the income gap, the wealth accumulation gap has appeared in a certain range. The gap between the rich and the poor can be divided into the gap between the urban and rural population, the gap between the rich and the poor in different regions, and the gap between the rich and the poor in different industries. The gap between the rich and the poor and the class differentiation in China at this stage have already put forward many new problems to the country's democracy and legal system construction.

One of the most important stratification factors is power. Power is the power that people control within a certain range of responsibilities, including the ability to use resources and constraints on others and the ability to influence. Power as a characteristic of political status, because the size of power determines the extent of people's political, economic and social affairs, decision-making capacity, and to other societies, members of the appeal and influence. At the same time, around a certain power also form specific rights, obligations, social prestige and so on. These constitute differences in the political status of people, and these differences are often the conditions for the formation of other social differences. Therefore, power is the division of social status is an indispensable standard. In modern society, formal education is becoming a more and more important status characteristic. This is partly due to the fact that the development of science and technology has increased the importance of education by making more and more complex jobs available to the more educated. On the other hand, because of the stratification of modern personnel system, personnel selection needs to be established in one. In addition, education also means

the use of culture to form a certain way of life. Therefore, education level, as a necessary condition to obtain higher position, income, power, professional prestige and specific life style, plays an important role in determining people's social status.

Prestige is the good evaluation and social recognition that a person receives from others. It is a subjective status. Comparatively speaking, the income standard, the right status and the education determination are easier-some, because they all have the more explicit objective target. Recognition of prestige status is more difficult because it involves subjective evaluation, which is highly arbitrary. All of the above criteria show only one aspect of social status, as a single indicator, only from the micro-level of social members can be divided into levels, and can not constitute the standard of class division. According to the present situation of social change in our country, we tend to adopt the multi-standard which is mainly based on occupation and integrates income, educational level, life style and values as the basis of social stratification.

References:

1. Tong Xin. Sociology of population. Beijing: Peking University Press, 2000. 266.
2. Li Qiang, Hong Dayong, Song Shige. An analysis of the income gap between social groups in China. Sciencedaily (Beijing) , 1995, (11) : 61.
3. Hou Junsheng and the thought process of western sociology. Liaoning People's Publishing House, 1988 edition.

Wang Yongshun

PhD student, West Ukrainian National University,
Lecturer at Jiuquan Vocational and Technical College, Jiuquan, China
Supervisor: DSc, Professor Roman ZVARYCH

JOINTLY BUILDING THE “THE BELT AND ROAD” MODEL IS A GLOBAL INCLUSIVE DEVELOPMENT PATH

The "the Belt and Road" initiative is a major international cooperation initiative proposed by China, which aims to strengthen economic cooperation between countries and regions along the Belt and Road and promote common development and prosperity. This initiative is based on the principles of consultation, co construction, and sharing, emphasizing mutual benefit and cooperation among countries along the Belt and Road. This paper will discuss how the "the Belt and Road" model can become a global inclusive development path and inject new vitality into the globalization process from multiple perspectives.

1. Jointly build the "the Belt and Road" to promote global economic growth

The "the Belt and Road" initiative is committed to promoting high-level cooperation among countries and promoting trade liberalization by encouraging multinational enterprises to invest and start businesses. This initiative advocates breaking down trade barriers, simplifying tariff procedures, improving customs clearance efficiency, and providing more convenient conditions for trade between countries and regions along the route. By building an interconnected logistics network

and digital trade platform, the convenience and digitization of trade processes can be achieved, reducing transaction costs. At the same time, by strengthening cooperation mechanisms, promoting the formulation and improvement of international trade rules, and promoting the healthy development of the multilateral trading system. These measures will help expand market size, increase the frequency and scale of trade activities, and create more business opportunities and economic growth points for participating countries. In general, the trade liberalization promotion of the "the Belt and Road" initiative will bring more opportunities for trade cooperation between countries and regions along the Belt and Road, and promote the process of global trade liberalization. The joint construction of the "the Belt and Road" initiative encourages multinational enterprises to invest and start their businesses, promotes complementary resource advantages and production capacity cooperation, provides more investment opportunities for countries, and promotes global investment facilitation. It is committed to improving the level of connectivity in areas such as transportation, energy, and information, providing guarantees for more efficient cooperation among countries around the world.

2. Jointly build the "the Belt and Road" to promote interregional connectivity

Infrastructure construction is an important part of the joint construction of the "the Belt and Road". The construction of infrastructure such as highways, railways, ports, and airports between countries along the route will help strengthen logistics and trade exchanges, reduce transportation costs, and improve efficiency. For example, the Gwadar Port and Karachi Port in Pakistan, jointly constructed by China and Pakistan, will become important nodes connecting Central Asia, South Asia, and the Middle East, helping to promote regional connectivity.

The joint construction of the "the Belt and Road" initiative aims to promote trade facilitation. By promoting trade liberalization within the region, reducing trade barriers, and promoting trade facilitation, trade exchanges between countries along the route can be increased. In addition, establishing a more convenient and efficient customs clearance and trade mutual recognition mechanism that conforms to international practices can help promote the smooth flow of cross-border trade processes and enhance economic cooperation between countries along the route.

The joint construction of the "the Belt and Road" is also committed to promoting financial cooperation. By strengthening cooperation and communication among financial institutions, establishing cross-border payment systems, providing investment and financing convenience, economic growth and regional connectivity can be promoted. For example, China has set up the the Silk Road Fund and the Asian Infrastructure Investment Bank (AIIB) to provide financial support and financial services for countries along the Belt and Road, and promote the implementation of the "the Belt and Road" project.

3. Jointly build the "the Belt and Road" to help developing countries integrate into the process of globalization

First, the "the Belt and Road" initiative provides important economic development opportunities for developing countries. Through cooperation with China, these countries can attract more foreign investment, technology transfer, and market development, promoting the diversified development of their own economies. In

particular, some countries with rich resources but relatively backward economies can realize the transformation of resource advantages into economic advantages, improve national competitiveness and accelerate the pace of economic development by participating in the joint construction of the "the Belt and Road".

Secondly, the joint construction of the "the Belt and Road" focuses on infrastructure construction, providing opportunities for developing countries to improve transportation, energy and other infrastructure. Investing in the construction of infrastructure such as highways, railways, ports, and power grids can shorten the distance between countries, reduce transportation costs, improve logistics efficiency, and promote trade and economic cooperation. At the same time, infrastructure construction can also create employment opportunities for developing countries, improve people's livelihoods, and promote social stability.

Moreover, the joint construction of the "the Belt and Road" has promoted trade growth and opened wider markets for developing countries. Advocate to encourage countries along the Belt and Road to strengthen trade cooperation, promote trade facilitation, reduce trade barriers, and expand market access. By breaking down trade barriers and promoting trade liberalization, developing countries can better participate in the global value chain, enhance the international competitiveness of products and services, and achieve an increase in trade scale and efficiency.

In addition, the the Belt and Road Initiative encourages regional cooperation and connectivity, providing more cooperation platforms and opportunities for developing countries. By strengthening cooperation between governments and enterprises, promoting cross-border flow of technology, personnel, information and other elements, and promoting economic complementarity and win-win cooperation. In addition, the joint construction of the "the Belt and Road" also encourages exchanges and cooperation in the fields of culture, education, science and technology between different countries, promotes people to people and cultural exchanges, and deepens friendship and understanding between countries.

Jointly building the "the Belt and Road" initiative provides important opportunities for developing countries to integrate into the process of globalization. Through efforts in various aspects such as economic development, infrastructure construction, trade growth, and regional cooperation, developing countries can better participate in global economic cooperation and competition, and achieve sustainable economic and social development. At the same time, the joint construction of the "the Belt and Road" has also provided a new model and platform for mutually beneficial cooperation among countries, and promoted the deepening of the globalization process.

Jointly building the "the Belt and Road" model is a global inclusive development path. It provides more development opportunities and cooperation space for countries around the world by promoting global economic growth, promoting interregional connectivity, and helping developing countries integrate into the process of globalization, based on the principle of consultation, joint construction, and sharing. At the same time, the joint construction of the "the Belt and Road" model focuses on multilateralism and multi symbiosis, advocates the cooperation concept of openness, inclusiveness and mutual benefit and win-win results, and has made positive contributions to building an open world economy. We have reason to believe that the

joint construction of the "the Belt and Road" model will inject new vitality into global economic cooperation and promote the realization of the beautiful vision of building a community with a shared future for mankind.

Reference:

1. Xi Jinping. The Belt and Road Initiative (2019) . foreign languages press, BeiJing.
2. Parag Khanna. Super map Global supply chain, super city and the rise of new commercial civilization(2020) . CITIC Publishing House Press, BeiJing.
3. China Foreign Languages Publishing and Distribution Bureau, China Translation Research Institute, China Translators Association. Keywords in China: "One Belt, One Road"(2017) .New World Press, BeiJing.
4. Moro F. Gillian (Spain), "Trends 2030: Eight Trends for Reshaping the Future World". 2022., CITIC Press, Beijing.
5. Klaus Schwab. Fourth Industrial Revolution 2016, CITIC Press, Beijing.

Wei Linhai

Fujian Mind Information Technology Co., Longyan City, China
PhD student, West Ukrainian National University, Ternopil, Ukraine
Supervisor: DSc, Professor Roman ZVARYCH

TRADE RELATIONS BETWEEN CHINA AND UKRAINE

The trade relationship between China and Ukraine has made remarkable progress since the collapse of the Soviet Union, becoming a high-profile cooperation partner of the two countries in the international trade arena. This relationship is of great significance to the evolution of the global economic pattern and the change of the international trade pattern. Despite the obvious differences between the two countries in terms of geographical location, cultural traditions and political systems, trade cooperation between them has achieved remarkable success, covering a wide range of fields.

This article will provide an in-depth study of the trade relationship between the two countries, exploring their trade history, major areas of trade cooperation, opportunities for cooperation and challenges to gain a comprehensive understanding of the trade relationship between China and Ukraine and provide policy-makers, scholars and businesses with insights on how to further promote economic cooperation between the two sides.

This part introduces the background and purpose of trade relations between China and Ukraine. In the background part, the paper points out that the trade relationship between China and Ukraine originated in the Soviet era, and with the collapse of the Soviet Union and the rise of China's economy, the trade cooperation between the two countries has been significantly developed. With the transformation of Ukraine's economy and the rise of China's economy, the cooperation potential between the two sides in the field of trade is increasingly huge. The paper emphasizes the importance of the trade relationship between China and Ukraine to the economies

of the two sides as well as the pattern of international trade, and proposes the necessity of in-depth study of this relationship.

In the purpose part, the main objectives of this paper are described, including tracing the history of trade between the two countries, analyzing the areas of trade cooperation, exploring the challenges faced and seeking cooperation opportunities. Through these objectives, the paper aims to provide policy-makers, scholars and businesses with insights on promoting economic cooperation between the two sides, thereby promoting trade cooperation between China and Ukraine, promoting economic growth, increasing the international competitiveness of both sides, and contributing to the stability and prosperity of the global economy.

1. The history of trade between China and Ukraine

This section details the history of trade between China and Ukraine, including trade during the Soviet era, after the collapse of the Soviet Union, in the early 2000s, and in recent years. The paper points out that in the Soviet era, the scale of trade was relatively limited, mainly inter-governmental trade; With the collapse of the Soviet Union and the independence of Ukraine, Ukraine underwent political and economic transformation, and trade relations gradually developed. In recent years, with the rise of China's economy, Sino-Ukrainian trade cooperation has grown significantly, covering a wide range of fields, reflecting the economic interdependence between the two sides. The paper also detailed the main goods exported by China to Ukraine and Ukraine to China, emphasizing the diversity and complementarity of trade relations between the two sides and the importance of such trade cooperation for the economic development of the two countries.

2. The field of trade cooperation

The importance of trade cooperation between China and Ukraine was summarized, focusing on agriculture and food industry and energy cooperation. Ukraine is rich in agricultural resources, especially in wheat, corn, soybeans and other competitive advantages, while the Chinese market continues to grow the demand for grain and food. In terms of energy cooperation, Ukraine has rich natural gas and coal resources, which can meet China's growing energy demand. Cooperation between the two countries in these areas can not only boost economic growth, but also help ensure the stability of food and energy supplies, improve product quality, and strengthen economic ties between the two countries.

3. Challenges and opportunities

Challenge:

Trade barriers: Despite the rapid development of trade relations between China and Ukraine, there are still some trade barriers, such as tariffs, quota restrictions, and trade policy uncertainty. These barriers may affect the flow and cost-effectiveness of trade between the two sides and restrict the further expansion of trade scale.

Geopolitical factors: Ukraine is located in a region of geopolitical tension and has complex geopolitical relations with countries such as Russia. This unstable geopolitical environment may have a negative impact on China-Ukraine trade relations, increasing trade uncertainties and risks.

Market access difficulty: Due to the differences in culture, law and market environment between the two countries, enterprises may face certain difficulties in

accessing and operating in the other's market. Factors such as language barriers and opaque laws and regulations can increase the costs and risks of operating in the other market.

Differences in economic structure: There are big differences in the economic structure of China and Ukraine, resulting in limited complementarity of trade cooperation. Ukraine takes agricultural products and mineral resources as its main export commodities, while China takes machinery, equipment, electronic products and other manufacturing products as its main export commodities. The product structure of the two sides does not match, which restricts the depth and breadth of trade.

Market information asymmetry: Due to information asymmetry, enterprises may face insufficient or inaccurate information from each other's markets when carrying out trade cooperation, which may lead to decision-making errors and increased investment risks.

Chance:

Trade facilitation: With the active efforts of the Chinese and Ukrainian governments, trade facilitation has achieved certain results. The two sides can continue to strengthen cooperation in trade facilitation, promote the simplification of trade procedures and the reduction of trade barriers, and provide a more convenient and efficient trade environment for enterprises.

Market demand potential: As one of the world's largest consumer markets, China has huge external demand, especially for high-quality agricultural products and high-tech products. As a large agricultural country and a country of scientific and technological innovation, Ukraine has abundant resources of high-quality agricultural products and high-tech products, which is expected to meet the needs of the Chinese market and achieve mutual benefit and win-win results.

The Belt and Road Initiative: Ukraine is located in the strategic area of the Belt and Road Initiative and is one of the important nodes of the Eurasian land bridge. China has strengthened economic and trade cooperation with Ukraine through the Belt and Road Initiative and promoted cooperation in infrastructure construction, trade and investment facilitation, providing important opportunities for the in-depth development of China-Ukraine trade relations.

Technological innovation cooperation: As one of the important promoters of scientific and technological innovation in the world, China and Ukraine have broad prospects for cooperation in the field of science and technology. The two sides can strengthen cooperation in science and technology innovation, jointly carry out research projects and technology transfer, and promote the optimization of trade structure and economic upgrading.

People-to-people and cultural exchanges and personnel training: Strengthening people-to-people and cultural exchanges and personnel training can enhance the understanding and friendship between the two peoples and provide a solid social foundation for the development of China-Uzbekistan trade relations. At the same time, training more bilingual talents and cross-cultural communication talents will also inject new vitality and impetus into China-Uzbekistan trade cooperation.

4. Conclusion

This paper summarizes the development course of trade relations between China and Ukraine, points out the importance of trade relations and the prospect of the future. Despite some challenges, the prospects for cooperation between the two sides remain promising. By actively working together to address challenges and take advantage of opportunities, the two sides can deepen cooperation and make greater contributions to the stability and prosperity of bilateral trade and the global economy. The sustained development of such cooperative relations will have a positive impact on international trade and regional cooperation, and at the same time make important contributions to maintaining the stability of the global economic pattern. Therefore, trade relations between China and Ukraine will continue to be the focus of attention and research to achieve greater common interests.

References:

1. Wang Jiaqi. Research on Economic and Trade cooperation between China and Ukraine under the background of the Belt and Road Initiative [J]. Chinese Business Theory, 2021(18):54-56.
2. Oliinyk Yuliia. Research on trade of Mechanical and electrical products between China and Ukraine [D]. Northeast Agricultural University, 2020
3. Oleksandr S. Research on the development of Ukraine-China Bilateral Trade [D]. Tianjin university of finance and economics, 2021. DOI: 10.27354 / , dc nki. Gtcjy. 2020.000924.
4. Yao Shujie, Wang Jiefei. Ukrainian crisis impact on China's agricultural products trade and food safety research [J]. Journal of macroscopic quality research, 2022, 10 (5) : 117-128. The DOI: 10.13948 / j.carol carroll nki hgzyj. 2022.05.009.
5. Oleksandr S. Research on the development of Ukraine-China Bilateral trade [D]. Tianjin university of finance and economics, 2021. DOI: 10.27354 / , dc nki. Gtcjy. 2020.000924.
6. Zhu Haihua, Yang Yifan. Global food supply chain security under the Ukraine crisis: Based on the analysis of countries along the Belt and Road [J]. Russia's eastern central Asian studies, 2023 (05) : 39-60 + 163. DOI: 10.20018 / j.carol carroll nki reecas. 20230829.001.

Zhu Lihong

Jiuquan Vocational and Technical College, Jiuquan, City, China
PhD student, West Ukrainian National University, Ternopil, Ukraine
Supervisor: DSc, Professor Roman ZVARYCH

STUDY ON FISCAL POLICIES FOR SMALL AND MICRO ENTERPRISES UNDER THE ECONOMIC CRISIS

Small and micro enterprises are a category of enterprises consisting of small and micro enterprises, small businesses, family workshops and individual households. Micro and small enterprises can effectively provide employment opportunities and promote income growth, and are considered to be a "stabilizer" for building a harmonious society, which is of great significance to economic and social development, especially for our developing country in transition. However, because

of the inherent defects such as less fixed assets, lower technology level, higher production cost and weaker pricing negotiation ability, the anti-risk ability and survival and development ability of MSMEs are significantly different from those of large and medium-sized enterprises. Therefore, how to construct and improve the support policies suitable for the development of MSMEs has been put on the government's agenda. This study attempts to study the government support policies for MSMEs in China against the background of financial crisis, using finance as the entry point.

1. Introduction

Small and medium-sized enterprises play an irreplaceable role in solving surplus rural labor, achieving technological innovation, promoting local economic development and maintaining the harmony and stability of ethnic areas. However, due to their congenital malnutrition, lack of capital and technological support, SMEs often face the risk of "premature death". In the current financial crisis, the state has the responsibility and obligation to use public financial instruments to provide financial support for SMEs to help them overcome the crisis and promote their overall development.

2. Concept of fiscal policy for micro and small enterprises

Fiscal policy is a set of financial instruments used by the state to achieve a specific social and economic development purpose. According to its adjustment objectives, fiscal policy can be divided into two main categories: macro and micro. Macro-financial policies take economic aggregates as the object of their regulation and aim to achieve overall balance, especially the balance of aggregate social demand, so as to iron out macroeconomic fluctuations. Macro financial policy takes a sector, an industry or an enterprise as the object of its regulation, with the aim of achieving balance or improving the advanced structure of the economy. In order to achieve this goal, macro-fiscal policy generally follows the principle of differentiated treatment by giving supportive policies such as financial subsidies and tax incentives to industrial sectors or enterprises that need to be encouraged to develop, while adopting suppressive policies such as heavy taxes on industrial sectors or enterprises that need to be restricted to develop. Compared with macro fiscal policies that emphasize short-term regulation and demand management, fiscal policy for MSMEs is basically a long-term supply-side management policy [1].

3. Policy Recommendations

3.1 Increase the financial and tax incentives, subsidies

On the premise of ensuring that the existing generally applicable tax incentives are effectively implemented, expand the types of preferential tax items, extend the tax exemption period, and streamline and cleanup some local taxes and administrative-type fee items according to the specific local conditions, so as to effectively reduce the burden for small and micro enterprises. In addition, continue to increase financial support for small and micro enterprises in poor and remote areas to make up for the subsidy gap between them and advanced areas due to local taxes, so as to achieve balanced development.

3.2 Establish an information sharing platform

The government finances and builds a financing information exchange platform where banking institutions can announce to the public their relevant regulations for MSMEs and the financial products they can offer, so that MSMEs can be notified of credit policies in a timely manner, and MSMEs with financing needs can post financing information, including their creditworthiness, production and operation, and financial information, thus making them more financially transparent and facilitating banks to save capital and manpower, improve the loan approval process and enhance the efficiency of loan review. Through the platform of information sharing, the trouble caused by information asymmetry can be minimized and funds can be saved to enhance the efficiency of capital use.

3.3 Establish social security incentives and hardship subsidies to improve the coverage of their social security systems

One of the main reasons why micro and small enterprises have difficulties in recruiting good talents is that they do not have a stable job to meet the needs of job seekers, which is why micro and small enterprises cannot afford social security for all their employees. To address the problem of low social security coverage of MSMEs in China, the state should, on the one hand, provide "social security incentive subsidies" to MSMEs that provide social security to their employees and motivate them to participate in social security with policy incentives. At the same time, it is also necessary to promote MSMEs to pay social insurance premiums for their employees, and for those MSMEs that cannot afford to pay, they can be provided with corresponding "social insurance premium subsidies" to increase their ability to pay contributions.

References:

1. Guo Wenchang. Policy research on government financial support for the development of small and micro enterprises [J]. Jiangsu Science and Technology Information, 2020, 000(018):1-43.
2. Zhang Xuguang. Research on financial support policies for science and technology-based small and micro enterprises [J]. China Commerce and Trade, 2021, 000(013):93-98.
3. Wang Hongxin. Policy research on local financial support for the development of small and micro enterprises [J]. Finance and Economics, 2022, 000(024):98-98.
4. Wang Zilin. Research on fiscal policy of small and micro enterprises from the perspective of public risk [J]. Journal of Economic Research, 2021, 000(009):47-49.

СЕКЦІЯ 2. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Роман Зварич

Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

УКРАЇН І СВІТ : ВІЙНА ТА ІННОВАЦІЇ

Україна посіла 92 місце у рейтингу найщасливіших країн. У 2021 році вона була на 110 місці, а у 2022 році – на 98-му. В Україні відбулося зростання доброзичливості протягом 2020 та 2021 років. У 2022 році доброзичливість людей різко зросла в Україні, але впала в Росії. Окрім цього, Україна посіла 129 місце в рейтингу Stlx. Важливо зауважити, що вона позначена в рейтингу як країна «з дефектною державністю». Це пов'язано з тим, що Україна перебуває у стані війни з 2014 року, а тому оцінювати країну нарівні з іншими за всіма показниками некоректно. Причому даний індекс відображає окупацію та зовнішній вплив інших країн на державу. Наприклад, державність Білорусі знаходиться в «глибоко дефектному стані», хоча вона випереджає Україну і займає 123 місце. Останні місця в рейтингу Stlx посідають країни, де державні інституції повністю зруйновані та не працюють. Зокрема, серед найгірших країн – Ємен, Південний Судан, Афганістан і Папуа-Нова Гвінея. Останнє місце зайняла Лівія, яка перебуває у найгіршому стані. Крім того, значні проблеми у функціонуванні державних інституцій мають Чад, Центральноафриканська Республіка, Гаїті, Сомалі, Сирія, Венесуела [1].

Два роки російської війни проти України призвели до десятків тисяч жертв, мільйони людей стали біженцями, а цілі міста залишилися в руїнах. Матеріальні збитки від війни обчислюються сотнями мільярдів доларів. Майже 14,6 мільйона українців потребують гуманітарної допомоги станом на 2024 рік, у тому числі 3,7 мільйона внутрішньо переміщених осіб. З лютого 2022 року було зафіксовано понад 4000 атак на заклади освіти та понад 1300 атак на заклади охорони здоров'я, при цьому зруйновано понад 1,5 мільйона будинків. У грудні 2023 р., ООН прогнозувала загальні витрати на реконструкцію та відновлення в Україні на рівні 486 мільярдів доларів, порівняно з попередньою оцінкою в 2022 році в 411 мільярдів доларів. За даними IRC, територія розміром з Румунію сьогодні замінована протипіхотними мінами, а вибух південної дамби Нової Каховки в червні 2023 р. залишив 600 000 гектарів ріллі без зрошення. За даними київського Центру економічної стратегії (CES), рівень безробіття в Україні, який до війни становив близько 10%, під час конфлікту зріс до понад 30%, а потім знизився до 17%. Окреме занепокоєння протягом війни викликає проблема продовольчої безпеки – зростання проблеми до рівня 30,3%, сьогодні вона на рівні – 19,2%.

У січні 2022 року експорт та імпорт становили 7,5 мільярда доларів США. Але після початку війни баланс впав, а торговельний баланс залишився на від'ємному рівні. Станом на грудень 2023 р. він становив мінус 3,7 мільярда доларів. Експорт зерна особливо сильно постраждав через війну раніше, відновившись до майже довоєнного рівня після підписання Чорноморської зернової угоди, укладеної за посередництва Туреччини та ООН, у липні 2022 року. Угода, спочатку встановлена на 120 днів, кілька разів поновлювався, перш ніж Росія зрештою вийшла з неї в липні 2023 року. Річний рівень інфляції в Україні, який у січні 2022 року становив 10%, у жовтні 2022 року склав 26,6% і на початку 2024 р. становить 4,7%. В цілому, економіка країни, після зростання на 6,3% в останньому кварталі 2021 року скоротилася на 14,9% у першому кварталі 2022 року, на 36,9% у другому кварталі, на 30,6% у третьому та на 31,4% в останньому кварталі. Після падіння на 10,3% у першому кварталі 2023 року українська економіка показала свій перший позитивний темп зростання ВВП – 19,5% – у другому кварталі 2023 року, 9,3% у третьому кварталі та 6,5% в останньому кварталі. Тільки в 2024 році, за оцінками української влади, країні знадобиться близько 15 мільярдів доларів США для негайної реконструкції та пріоритетних завдань відновлення як на національному рівні, так і на рівні громади, з особливим акцентом на підтримку та мобілізацію приватного сектору разом із відновленням житла, м'якої інфраструктури та послуг, енергетики та транспорту [2].

У світі веб-розробки постійно відбуваються зміни, а нові технології з'являються зі швидкістю світла. В Україні інноваційні продукти будуть мати тісний зв'язок з Military-Tech. Зокрема, Artificial Intelligence (AI) and Machine Learning (ML), Штучний інтелект і машинне навчання продовжують революціонізувати веб-розробку. Вони використовуються для вдосконалення зброї, персоналізації контенту, покращення аналітики та прогнозування поведінки користувачів. Cybersecurity Innovations – зростання кількості кіберзагроз вимагає інноваційних рішень у сфері кібербезпеки для веб-додатків. Від захисту від DDoS-атак до розвитку біометричних систем автентифікації, це надає веб-розробникам широкий спектр інструментів для захисту даних користувачів. Blockchain технології не тільки перетворює фінансові та бізнес-аспекти, але й має значний вплив на веб-розробку. Від використання криптовалют до розробки децентралізованих додатків (DApps), blockchain технології відкривають нові можливості для розробників [3].

В Україні розвиток військово-технічних рішень відбувається з великою швидкістю. Проекти, які раніше потребували 1,5–2 роки на реалізацію, тепер здійснюються за 2–3 місяці. В порівнянні з 2014 роком, галузь військово-технічних рішень зросла від 3 до 7 разів, залежно від сфери. Інвестиції та гранти від уряду важливі для розвитку військово-технічних стартапів, але також важливим є волонтерський рух та краудфандинг. Обсяг роботи починається від розробки дронів до тактичної медицини та відновлення після поранень. В США обсяг інвестицій у військові стартапи зріс з менше \$16 млрд у 2019 році до \$33 млрд у 2022 році. За перший квартал 2023 року інвестори вклали рекордні \$14,5 млрд у військові стартапи. Український фонд стартапів підтримує цей напрямок та

надає гранти до 35 000 доларів на проекти, пов'язані з розробкою військових технологій, кібербезпекою та обороною. Програма має ключову особливість – можливість отримати фінансову допомогу від держави для критично важливих на даний момент галузей, таких як оборона, кібербезпека, охорона здоров'я, освіта та інфраструктурна відбудова. За три місяці роботи програми підтримки Мілітарітех надійшло понад 100 заявок від стартапів, з яких 37,3% присвячені інфраструктурі, 33,3% – обороні, 15,7% – охороні здоров'я, 9,8% – освіті та 3,9% – кібербезпеці. Більшість заявок отримано від стартапів з Києва, Харкова, Запоріжжя та Львова, і вони зараз проходять відбір.

Перелік використаних джерел:

1. Where does Ukraine stand in the updated ranking of the world's best countries? Visit Ukraine Today. 2024. URL: <https://visitukraine.today/blog/2173/where-does-ukraine-stand-in-the-updated-ranking-of-the-worlds-best-countries>

2. Two years of war: Russia-Ukraine conflict exacts stinging economic costs. Anadolu Agency. 2024. <https://www.aa.com.tr/en/economy/2-years-of-war-russia-ukraine-conflict-exacts-stinging-economic-costs/3146218>

3. Інноваційні технології у веб-розробці 2024 році. IT-Rating. 2024. URL: <https://it-rating.ua/innovatsiyni-tehnologii-u-veb-rozrobsi-2024-rotsi>

Олена Сохацька, Роман Пішко
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ШИРОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

У зв'язку зі широкомасштабним воєнним конфліктом між Україною та росією управління логістичною діяльністю українських підприємств стає однією з найбільш актуальних проблем. Воєнний конфлікт призводить до значних перешкод у забезпеченні безперебійності логістичних процесів, таких як постачання сировини та матеріалів, виробничі операції та доставка готової продукції до споживачів. Однак, навіть в умовах воєнного конфлікту, можна розробити ефективні стратегії управління логістичною діяльністю, які допоможуть підприємствам зберегти конкурентоспроможність та забезпечити безперебійність виробничих процесів.

Для досягнення цих цілей необхідно розглянути різні аспекти управління логістикою, включаючи аналіз поточного стану, розробку стратегій адаптації, використання сучасних технологій, ризик-менеджмент та співпрацю з іншими підприємствами та організаціями. Також необхідно навчати та розвивати персонал для ефективного управління логістичною діяльністю в умовах воєнного конфлікту. У цьому контексті, дослідження вдосконалення управління

логістичною діяльністю українських підприємств в умовах широмасштабної російсько-української війни є актуальним та важливим завданням, яке сприятиме збереженню стійкості та конкурентоспроможності підприємств в умовах складних геополітичних умов.

Для ефективного вдосконалення управління логістичною діяльністю необхідно врахувати кілька ключових моментів: По-перше необхідно провести аналіз сучасного стану логістичної системи українських підприємств. Оцінити існуючі логістичні процеси, ідентифікувати недоліки та проблеми, що виникають внаслідок воєнного конфлікту, а також вплив війни на ланцюжок постачання.

Велике значення має оцінка шляхів адаптації логістичної системи до воєнного конфлікту. Зокрема при розробці стратегій і тактик, спрямованих на забезпечення безперебійного функціонування логістичних процесів підприємств воєнних умовах, велике значення має використання технологій оптимізації логістичних операцій: Впровадження сучасних інформаційних технологій та програмного забезпечення необхідне для підвищення ефективності управління логістичними процесами під час воєнного конфлікту.

Особливе значення має використання ризик-менеджменту та впровадження заходів безпеки для захисту ланцюжка постачання та логістичних операцій.

В цьому контексті велике значення має пошук можливостей для співпраці з іншими українськими та міжнародними логістичними підприємствами та організаціями з метою забезпечення взаємодопомоги та ресурсної підтримки в умовах воєнного конфлікту, підвищення гнучкості та реагування на зміни: Розвиток гнучких стратегій управління логістикою дозволяє швидко адаптуватися до змін в умовах воєнного конфлікту та мінімізувати його вплив на діяльність підприємств. Для досягнення успіху необхідно провести навчання персоналу для ефективного управління логістичною діяльністю в умовах воєнного конфлікту, включаючи питання безпеки та ризик-менеджмент

Враховуючи нестабільне зовнішнє середовище, яке в умовах війни може змінюватися досить швидко, необхідно запровадити систему постійного моніторингу та оцінки ефективності логістичної діяльності з метою постійного вдосконалення та оптимізації процесів.

Олександр Братко

Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ВПЛИВ ГЛОБАЛЬНИХ ЛАНЦЮГІВ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ НА РОЗВИТОК НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Результатом розвитку міжнародного поділу праці стало швидке поширення глобальних ланцюгів доданої вартості (ГЛДВ). Саме ГЛДВ стали основним інструментом поглиблення процесів глобалізації та сприяли

формуванню нової парадигми в розвитку світової торгівлі. Всі країни, що беруть участь в ГЛДВ отримують вигоди та зіштовхуються з різними ризиками, що змушує їх вирішувати цілий ряд завдань. Так, уряди розвинутих країн змушені посилювати свої інноваційні та освітні системи для нівелювання негативних наслідків, що виникають у зв'язку з виводом виробничих потужностей за кордон. Уряди країн, що розвиваються повинні створювати певні умови для формування відповідного інвестиційного клімату та створення місцевих детермінант розміщення виробництва, що є умовою приходу транснаціональних компаній (ТНК) в національну економіку. Розвиток інфраструктури та посилення компетенцій національних компаній важливі для зростання участі економік, що розвиваються в ГЛДВ та підвищення їх місця в ланцюгу.

Для ТНК, а також країн їх походження можна виділити наступні вигоди:

- зниження витрат та максимізація прибутку користуючись дешевою робочою силою;
- зниження витрат та забезпечення умов для довготривалого зростання за через доступ до місцевої сировинної бази;
- зростання попиту зі сторони ряду країн, що розвиваються як економіки, які приймають окремі ланки ланцюга;
- продовження життєвого циклу товарів та технологій через передачі їх на менш важливі ринки країн, що розвивається.

Водночас найбільший вплив ГЛДВ здійснюють на економіки, що приймають виробництво в рамках ланцюга. А це, як правило це країни з економіками, що розвиваються. Серед основних можливостей для таких країн слід зазначити:

- використання власних порівняльних переваг для розвитку національної промисловості без необхідності створення вертикально інтегрованих галузей;
- економія часу та ресурсів на створення національних виробництв;
- отримання доступу до сучасних технологій, що дозволяє достатньо швидко покращувати структуру економіки;
- створення нових робочих місць;
- підвищення рівня життя населення та повніше задоволення висхідного попиту в національній економіці;
- зростання абсолютної вартості та покращення структури національного експорту;
- підвищення податкових надходжень та розширення можливостей для вирішення соціально-економічних завдань.

Однак поряд з можливостями країни, що приймають окремі частини ланцюга на своїй території можуть зіштовхнутися і з рядом ризиків, а саме імовірністю залишитись на низько-технологічних стадіях виробничого процесу та не зуміти просунутись по ланцюгу до вищих стадій з доданою вартістю; можливістю втрати конкурентоспроможності випадку виходу на ринок виробників аналогічної продукції з країн з меншими витратами; імовірність втратити виробництво випадку, якщо ТНК вирішить піти з країни.

Знання переваг та можливих ризиків участі в ГЛДВ є підставою для розуміння тих завдань національного економічного розвитку, які б дозволяли країні брати ефективну участь в глобальному розподілі праці в нових умовах.

Перелік використаних джерел:

1. Cigna, S., Gunnella, V., Quaglietti, L. (2022), “Global value chains: measurement, trends and drivers”, Occasional Paper Series 289, European Central Bank.
2. De Soyres, F., Gaillard, A. (2020), “Global Trade and GDP Co-Movement”, International Finance Discussion Papers, No 1282, Board of Governors of the Federal Reserve System, May

Андрій Ільків
Науковий керівник:
д-р с.-г. наук, професор Гайда Ю.І.
Західноукраїнський національний університет
м.Тернопіль

ПРАВОВИЙ СТАН РИНКУ БІОПАЛИВА УКРАЇНИ

Створення стійкого ринку біопалива є пріоритетним завданням для держави з метою забезпечення енергетичної безпеки та зменшення енергетичної залежності як нації, так і громадян, особливо в умовах військової інтервенції Росії в Україну та актів тероризму проти населення шляхом обстрілів критично важливої енергетичної інфраструктури. На нашу думку, враховуючи європейський досвід, а також потенціал та потреби України в енергоресурсах, необхідність впровадження концепцій розвитку ринку біопалива передбачає чотири основні чинники: 1) отримання джерел енергії, 2) реалізацію продукції та побічних продуктів виробництва біопалива, 3) управління екологічними проблемами, 4) чітке та прозоре нормативно правове регулювання ринку.

Сьогодні в Україні існує значна кількість законодавчих актів, які регулюють сектор виробництва енергії з біологічно відновлюваних ресурсів. Однак, ключовими «рамковими» нормативними документами, що встановлюють правові засади цього сектору, є Закон України «Про альтернативні види палива» та Закон України “Про альтернативні джерела енергії” [1; 2]. В цих документах подається визначення основних термінів, якими користуються учасники сектору, такі як «біомаса», «біопаливо», «біогаз», «біометан» та інші. Загалом регулювання сектору біоенергетики може бути розділене на кілька підсекторів (таблиця 1).

Аналіз наведених концептуальних, програмних і стратегічних документів, що були затверджені розпорядженнями та постановами Уряду у сфері розвитку виробництва та використання біологічних видів палива, вказує на те, що ці документи мають декларативний характер та демонструють обмежену ефективність.

Правове регулювання ринку біопаливних ресурсів України

<p>ЗУ «ПРО ВНЕСЕННЯ ЗМІН ДО ДЕЯКИХ ЗАКОНІВ УКРАЇНИ ЩОДО РОЗВИТКУ ВИРОБНИЦТВА БІОМЕТАНУ»</p> <p>Введено поняття «біометан»;</p> <p>Регламентоване створення реєстру біометану, порядок видачі гарантій походження біометану та подальших операцій з ними (Постанова КМУ № 823).</p> <p>Відсоток кисню у біометані: макс. 0,2% для ГТС та макс. 1,0% для ГРМ (Постанова НКРЕКП від 02.08.2022 № 847).</p>
<p>ЗУ «ПРО АЛЬТЕРНАТИВНІ ДЖЕРЕЛА ЕНЕРГІЇ»</p> <p>«Рамковий» закон, визначені засади та термінологія;</p> <p>Регламентоване виробництво електричної енергії з біомаси та біогазу в Україні:</p> <p>«Зелений» тариф, аукціони (мін. річна квота - 10%, підтримка 20)</p>
<p>ЗУ «ПРО ВНЕСЕННЯ ЗМІН ДО ДЕЯКИХ ЗАКОНІВ УКРАЇНИ ЩОДО ДОСКОНАЛЕННЯ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ У СФЕРІ ПОВОДЖЕННЯ З ПЕСТИЦИДАМИ І АГРОХІМКАТАМИ»</p> <p>Введено поняття «дігестат»;</p> <p>Регламентоване використання дігестату як органічного добрива чи покращувача ґрунту без держресстрації (ч. 3 Ст. 4).</p>
<p>ЗУ «ПРО ТЕПЛОПОСТАЧАННЯ»</p> <p>Тарифи на виробництво теплової енергії з біомаси (ст. 20: принцип «0,9»).</p>
<p>ЗАКОНОПРОЄКТ №3356-Д «ПРО ВНЕСЕННЯ ЗМІН ДО ДЕЯКИХ ЗАКОНОДАВЧИХ АКТІВ УКРАЇНИ ЩОДО ОBOB'ЯЗКОВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ РІДКОГО БІОПАЛИВА (БІОКОМПОНЕНТІВ) У ГАЛУЗІ ТРАНСПОРТУ»</p> <p>Пропонується встановити обов'язкову частку вмісту рідкого біопалива (біокомпонентів) в усіх обсягах бензинів автомобільних - не менше 5 %;</p> <p>Визначено критерії сталості для рідкого біопалива (біокомпонентів).</p>

Джерело: Сформовано автором на основі [1,2,3,4]

На наш погляд, перспективними напрямками модернізації організаційної державної підтримки біоенергетики в Україні можуть стати: 1) створення та забезпечення функціонування електронних ринків біопалива та біомаси; 2) впровадження конкурентного ринку теплової енергії; 3) надання державної підтримки суб'єктам господарювання, які вирощують енергетичні рослини; 4) встановлення податкових пільг для установок, які спалюють біопаливо і звільнення від сплати податку за викиди CO₂. Ці нормативні ініціативи вже обговорюються у літературі [5; 6], що свідчить про актуальність розв'язання питань ефективної програмної та законодавчої підтримки виробництва біопалива. З метою забезпечення державної підтримки розвитку біоенергетичної галузі та визначення джерел її фінансування, необхідним є прийняття Державної цільової програми розвитку виробництва та використання біологічних видів палива, а також розроблення механізму реалізації заходів, що будуть в ній передбачені. Крім того, заслуговує на підтримку наукова пропозиція щодо необхідності прийняття Закону України «Про виробництво і реалізацію

біопалива», який має визначити основні засади виробництва (утворення) біомаси, її переробки в біопаливо і електроенергію, їх реалізації [7].

З метою ефективного сприяння розвитку біоенергетичної галузі та визначення джерел її фінансування важливим є ухвалення Державної цільової програми щодо розвитку виробництва та використання біологічних видів палива. Також необхідним є прийняття Закону України «Про виробництво і реалізацію біопалива». Ключовим елементом цього майбутнього законодавчого акта повинна бути регламентація системної державної підтримки для виробників біопалива та узагальнення переліку заходів стимулювання, враховуючи екологічні, соціальні, енергетичні та інші інтереси суспільства.

Перелік використаних джерел:

1. Про альтернативні джерела енергії: Закон України від 20 лютого 2003 року. Офіційний вісник України. 2003. № 12. Ст. 522.

2. Про теплопостачання: Закон України від 20 лютого 2003 року.

3. Про внесення змін до деяких законів України щодо розвитку виробництва біометану: Закон України від 2021 року. Відомості Верховної Ради. 2021. № 52, ст.431.

4. Про затвердження Порядку функціонування реєстру біометану: Постанова КМУ від 22 липня 2022 р. № 823. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/823-2022-%D0%BF#Text> (Останній доступ 22.07.2022)

5. Directive (EU) 2018/2001 of the European Parliament and of the Council of 11 December 2018 on the promotion of the use of energy from renewable sources (recast). Official Journal of the European Union, 82-209. https://eurlex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.L_.2018.328.01.0082.01.ENG

6. Гелету́ха Г.Г. Потенціал, сучасний стан та перспективи впровадження біоенергетичних проєктів в Україні. Матеріали онлайнсемінару «Відновлювані джерела енергії для декарбонізації: біоенергетика» (26 лютого 2021 року). <https://uabio.org/news/9960/>

7. Григор'єва Х.А. Концептуальні засади правового регулювання державної підтримки сільського господарства в Україні: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. юрид. наук: 12.00.06. Одеса, 2020. 39 с.

Анастасія Ковальчук

Луцький національний технічний університет,
м. Луцьк

ТЕНДЕНЦІЇ ВИРОБНИЦТВА ТА ЕКСПОРТУ СОНЯШНИКА В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

Сільське господарство в Україні є однією з важливих галузей, що генерує ВВП країни. До повномасштабного вторгнення росії, сільське господарство в Україні було провідним сектором за експортним виторгом із часткою у понад

40% від загального експорту та забезпечувало роботою понад 1 млн осіб. У 2022 році частка сільського господарства зросла до 52% в експорті [1].

Для вітчизняних аграріїв однією з провідних культур є соняшник, урожайність якого напряму залежить від якості насіння, технології вирощування, кліматичних умов і стану ґрунту. Крім того, при вирощуванні будь-якої культури виникають проблеми пов'язані з витратами на логістику, витратами на досушування врожаю та можливістю переробки. Соняшник, у контексті цих проблем, залишається економічно привабливим, попри високі ціни на транспортування і тому, під соняшник, поряд пшеницею і кукурудзою в Україні відводяться найбільші площі під посіви, серед усіх сільськогосподарських культур.

Як видно з табл. 1 з 2017 по 2021 роки спостерігається як поступове збільшення посівних площ під соняшник, так і зростання валового збору цієї культури. Попри збільшення посівів соняшника у 2020 році до 6,5 млн га, через вкрай несприятливі погодні умови істотно знизився показник його врожайності до 20,2 ц/га проти 25,6 ц/га у 2019 р., однак українські аграрії в 2020 році зуміли зібрати доволі непоганий врожай у 13,1 млн т, а вже 2021 рік став рекордним як за посівними площами (понад 6,6 млн га), валовими зборами (понад 16 млн т), так і врожайністю (близько 22 ц з гектара).

Таблиця 1

Площі, валовий збір та урожайність соняшника в Україні за 2017-2022 рр

Рік	площа посівна, тис.га	площа зібрана, тис.га	обсяг виробництва (валовий збір), тис.ц	урожайність, ц з 1 га площі зібраної
2017	6033,7	6060,7	122355,2	20,2
2018	6117,1	6166,5	141651,7	23,0
2019	5927,6	5958,9	152541,2	25,6
2020	6457,2	6480,9	131104,3	20,2
2021	6622,0	6665,1	163924,1	24,6
2022	5292,8	5238,0	113287,4	21,6

Примітка. Систематизовано автором на основі даних Державної служби статистики України [1]

Проте вже у 2022 році відбулося скорочення посівних площ і обсягів виробництва соняшника, що було зумовлено повномасштабним вторгненням росії в Україну.

Соняшник є третьою за величиною сільськогосподарською культурою серед виробництва олійних культур і у світі, із загальною часткою майже 10% усього світового виробництва [2]. Виробництво соняшнику у світі за аналізований період демонструє також зростаючі тенденції (рис.1), а у 2021/2022 маркетинговому році (МР) показало рекордні результати у розмірі 57,1 млн т. Як і для світу, виробництво соняшнику стало рекордним і для України – 17,5 млн т, що становить понад 30% від світового обсягу.

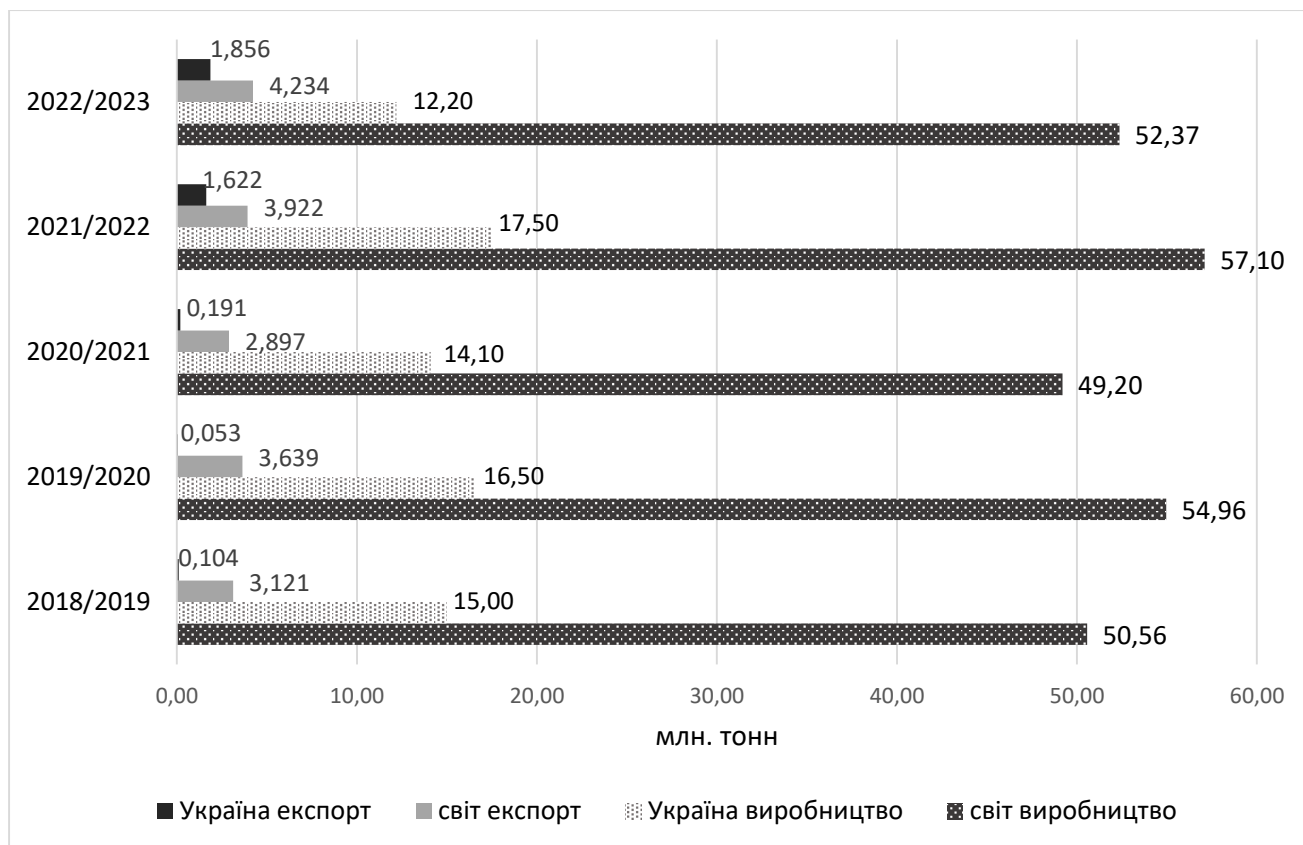


Рис. 1. Динаміка виробництва та експорту соняшника в Україні та світі за 2018-2023 рр.

Примітка. Сформовано на основі [2; 3]

Загалом Україна останніми роками займає провідні позиції у світі щодо виробництва соняшника, однак військові дії дещо скоротили його обсяги виробництва, переважно через скорочення посівних площ, окупацію окремих територій, забруднення сільськогосподарських угідь вибуховими речовинами, скорочення зайнятості в аграрному секторі тощо. Однак з 2021/2022 МР майже у 10 разів зріс експорт соняшнику – з 191 тис. т у 2020/2021 МР до 1622 тис. т. Таке зростання експорту пов'язане з тим, що внаслідок війни, переробка соняшника в Україні зазнала суттєвого скорочення і була майже повністю заблокована. Варто зазначити, що Україна до війни була у світових лідерах виробництва та експорту соняшникової олії та шроту і значна частина сировини перероблялася всередині країни, однак російське вторгнення призвело до зупинки багатьох переробних підприємств у регіонах України, внаслідок ведення бойових дій або окупації.

Таке значне нарощування експорту соняшнику має негативні наслідки для переробної галузі, зокрема це може призвести до зупинки функціонуючих олійно переробних підприємств і катастрофічного скорочення виробництва соняшникової олії, втрати світових ринків збуту продукції з високою доданою вартістю (соняшникової олії), скорочення робочих місць та надходжень до держбюджету тощо. Тому уряд повинен вживати заходів для утримання провідних позицій України саме в експорті продукції з високою доданою вартістю – соняшникової олії, а не сировини.

Перелік використаних джерел:

1. Статистичний збірник «Сільське господарство України 2022»: Державна служба статистики України. 2023. 162 с. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 22.02.2024 р)
2. ТОП-10 країн виробників соняшнику у 2021/22 МР. URL: <https://latifundist.com/rating/top-10-krayin-virobnikiv-sonyashniku-2021-22-mr>
3. Oilseeds: World Markets and Trade, December 2022: United States Department of Agriculture Foreign Agricultural Service. URL: <https://downloads.usda.library.cornell.edu/usda-esmis/files/tx31qh68h/sf269k607/dj52xj09r/122022Oilseeds.pdf> (дата звернення: 25.02.2024 р)

Дарія Щуцька

Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

БРЕНДИНГ В УКРАЇНІ: ОСОБЛИВОСТІ ТА ТЕНДЕНЦІЇ В УМОВАХ ВІЙНИ

Культура споживання у XXI столітті вимагає не просто виробництва продукту чи товару, а й розвитку бренду в очах клієнтів та споживачів. Усі користуються брендингом та намагаються бути кращими від своїх конкурентів. На долю українського бізнесу випало багато випробувань у зв'язку з повномасштабним вторгненням росії в Україну 24 лютого 2022 р., але це не завадило їм адаптуватися, творити власну історію та бути новаторами, і звісно ж виходити на міжнародний ринок з лейблом «виготовлено в Україні». Перш за все, брендинг - це повний цикл розробки бренду; це створення образу компанії у головах клієнтів, а також набір комунікаційних рішень для створення певного образу продукту. Коли проводиться успішний брендинг, то завдяки цьому можна не лише впізнати приналежність товарів чи послуг до певної компанії, а й відчути «душу» команди, усі чудові особливості і риси компанії котрі вона хоче донести до свого клієнта. Брендинг – це нове народження і заявка всьому світові про себе [3; 4; 5].

Мета брендингу полягає у збільшенні конкуренції, зміні споживачьких звичок, розвитку технологій, у зростанні значення бренду, розвитку соціокультурного середовища, впливі міжнародного ринку та у потребі інновацій виробництва. Окрім того мати місце повинен й емоційний зв'язок з продуктом, своєрідна індивідуалізація бренду, автентичність і прозорість, а також візуальна та вербальна ідентичність [2].

Основними етапами брендингу є: аналіз конкурентів на ринку, власне позиціонування та створення унікальної торговельної пропозиції, неймінг, розробка логотипу та брендбуку з повним описом фірмового стилю (створення унікальних графічних і вербальних символів — назви, слогану, логотипу, корпоративного стилю тощо), підбір носіїв, які будуть транслювати головну ідею

бренду (амбасадори). Робота з брендингом дозволяє: масштабувати бізнес в інших країнах, сформувати коло лояльних клієнтів, зекономити у майбутній маркетинг, адаптуватися до змін, створити платформу для суміжних проєктів та колаборацій та сформувати сильну команду, що буде обличчям бренду та формуватиме позитивний імідж.

Що потрібно розуміти та пам'ятати під час процесу брендингу в умовах війни в Україні? Насамперед, змінити мислення бренду та підходи до комунікації, а також ставити на перше місце цінності та цілі для розвитку бренду. Зараз уся увага прикута до України, тому це важливий період, коли про наші вітчизняні бренди можуть заговорити на увесь світ, а вони водночас донести важливу інформацію. Для цього потрібна дійсно хороша стратегія брендингу з урахуванням усіх мінливих змінних на ринку. Головним зараз для українського бренду є наявність позиції, замовчування чи уникання теми війни зараз дорівнює втраті лояльності клієнтів; самоідентифікація, розвиток соціальної української місії; ідея економічної спільності та побудова сильної платформи [3; 4; 5].

Варто звернути увагу на те, що бренди підлаштовуються під стиль життя своїх покупців, клієнтів та споживачів, їхній психологічний стан та потреби. До прикладу, українські модні бренди у зв'язку із повномасштабним вторгненням диктують нову мантру (зручність, комфорт та унікальність), багато з них змінюють свої цінності, перепрофілюються і намагаються вивести свій продукт за межі національного ринку і зробити це під гаслом «Made in Ukraine».

Отже, розглянемо основні тенденції розвитку модних брендів в Україні:

- зміна продукту (асортименту);
- адаптація до нових прави гри на ринку;
- соціальна відповідальність бренду та благодійність (волонтерство, закриття потреб військових як-от термобілизна, взуття, тощо);
- колаборації з іншими брендами задля створення унікального продукту та відкриття нових шоурумів для просування продукції (український та український або український та іноземний);
- запуск торгівлі на маркетплейсах;
- «white label» - співпраця, коли одна компанія виробляє товар без маркування, а інша продає його під своїм брендом.

Таким чином, яким не було б середовище, українські компанії підлаштовуються і знаходять нові можливості задля розвитку свого бренду [1].

Отже, брендинг є невід'ємною частиною розвитку бренду, сучасні інформаційні технології допомагають просувати його повсюди і транслювати свої місію. Під час брендингу слід враховувати ряд факторів і найголовніше проводити якісну комунікацію бренду, адже покупець обирає не просто продукт, а історію.

Перелік використаних джерел:

1. Катерина Дорошевська. 4 сценарії розвитку українських брендів під час війни : веб-сайт. URL: <https://cases.media/article/4-scenariyi-rozvitku-ukrayinskikh-brendiv-pid-chas-viini> (дата звернення 18.02.2024).

2. Ларіна Ю. В., Кірносова М. В. Сучасні тенденції розвитку брендингу. *Сучасні інформаційні технології та телекомунікаційні мережі* : тези доповідей 58-ої наук. конф. молодих дослідників ОП-бакалаврів, 10-17 травня 2023 р. Одеса : ОП, 2023. Вип. 58. С. 319-321.

3. Мачулка Ангеліна. Як змінився брендинг в умовах війни. Лекція Анастасії Іванічевої : веб-сайт. URL: <https://bazilik.media/iak-zminyvsia-brendynh-v-umovakh-vijny-lektsiia-anastasii-ivanichevoi/> (дата звернення 18.02.2024).

4. Що таке бренд і брендинг? : веб-сайт. URL: <https://ideadigital.agency/blog/shho-take-brend-ta-brending/> (дата звернення 18.02.2024).

5. Що таке брендинг? : веб-сайт. URL: <https://idearts.agency/brending/> (дата звернення 18.02.2024).

Зоряна Мотика

Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ВПЛИВ ММСП НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ДОБРОБУТ УКРАЇНЦІВ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Від початку повномасштабної збройної агресії з боку РФ усі верстви українського населення та сектори діяльності відчули її вплив та були змушені адаптуватися під нові реалії. Нагальна потреба фінансування армії, нищення цивільної, військової та виробничої інфраструктури, втрати робочих місць, підвищення рівня міграції, людські втрати — це виклики, що докорінно змінили повсякденне життя кожного українця. Важливо розуміти, що оптимістично-реалістичні настрої населення та його соціально-економічний добробут є важливим важелем впливу на економічне зростання країни. Підтримка цих аспектів стає дедалі важчою через постійні обстріли агресора, що завдають непоправну фізичну та моральну шкоду. Разом з тим, інформаційна війна, яку веде ворог, спричиняє деморалізований стан в українців. Загалом, попри критичні наслідки повномасштабного вторгнення, макроекономічні показники української економіки, а також соціологічні опитування вказують на перспективи економічного відновлення та зростання.

За 2022 рік ВВП України впав майже втричі, на 29,6%, проте статистика росту ВВП за 2023 на 5% приємно здивувала і перевершила усі очікування іноземних аналітиків та спостерігачів. Також варто зазначити, що в листопаді 2023 інфляція уповільнилася з 26.6% 5,1%, що відповідає цілі НБУ у довоєнний період [1].

Дослідження Київського міжнародного інституту соціології показують, що за 2 роки повномасштабного вторгнення, українці змогли вийти на довоєнний рівень добробуту. КМІС зауважили, що "Попри об'єктивне зниження доходів двох третин населення України самооцінки добробуту майже не змінилися, бо запити людей під час війни суттєво знизилися, вони частіше задовольняються

тим, що мають, і вважають, що їм вистачає на їжу чи одяг навіть за істотного зниження доходів" [2]. Близько 78% громадян повідомили про зменшення доходу від початку повномасштабного вторгнення, і лише 2% вказали, що їхній дохід збільшився.[4] Сьогодні спостерігається зниження індексу споживчих настроїв та економічних очікувань Info Sapiens серед українців (-20% від травня 2023), що вказує на певне затягування пасків та становить певну загрозу для економічного зростання, адже споживання вітчизняного продукту залишається одним з найважливіших чинників росту ВВП. [3]

Виходячи з можливостей, Україна спрямовує близько 21,8% державних видатків на соціальний захист та забезпечення, що в сучасних реаліях не може компенсувати усю шкоду населенню, потерпілому від російської агресії. [6] В цьому ж контексті варто зазначити особливу роль мікро-, малого та середнього підприємництва (ММСП) в підтримці соціально-економічного добробуту українців. Від початку вторгнення, ММСП є головним економічним двигуном, що не лише наповнює національний бюджет, а також впроваджує інновації, забезпечує робочі місця та допомагає місцевим постачальникам, сприяючи стабільному економічному розвитку країни. На кінець 2023 року ММСП становлять 99,98% усіх суб'єктів господарювання в українській економіці і забезпечують 74% загальної кількості робочих місць, 57,2% з них функціонують виключно на внутрішньому ринку. В Україні працює понад 2 мільйони ФОПів. В середньому протягом місяця реєструється близько 25000 нових бізнес-компаній, а закривається близько 17 тисяч. [5] Активний розвиток підприємницької діяльності серед ветеранів значно впливає на підвищення економічного рівня країни, а також забезпечує певний рівень добробуту залучених осіб та споживачів. Саме тому варто розглядати ММСП як один з головних напрямів державних інвестицій на найближчі роки та забезпечити підприємцям більше комфорту через послаблення адміністративного, податкового та регуляторного тиску та надання державної підтримки.

Державні грантові програми та ініціативи, такі як проєкт "Власна справа" та програма "Варто" стали ефективними інструментами фінансової підтримки для ветеранів та інших підприємців. Станом на літо 2023 року було видано понад 7500 грантів на загальну суму понад 1,8 млрд гривень. Ініціативи, такі як інвестиційна карта країни від Європейської бізнес-асоціації та Global Business for Ukraine, спрямовані на створення сприятливого середовища для іноземних інвесторів. [5]. Підсумовуючи вище наведені аргументи, можна зробити висновок, що інвестиції в розвиток українського бізнесу в час війни розвиватимуть вітчизняний ринок, забезпечуватимуть стабільний розвиток національної економіки, та сприятимуть покращенню рівня соціально-економічного добробуту українців.

Перелік використаних джерел:

1. Aslund, Anders. Ukraine's wartime economy is performing surprisingly well. (2 січня, 2024) Atlantic Council. <https://www.atlanticcouncil.org/blogs/ukrainealert/ukraines-wartime-economy-is-performing-surprisingly-well/>

2. Динаміка самооцінки матеріального становища родини після російського вторгнення: лютий 2022 року - травень 2023 року. (4 липня, 2023). Київській Міжнародний Інститут Соціології. <https://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1256&page=1>

3. Трекер економіки України під час війни. (1 березня, 2024) Центр економічної стратегії. <https://ces.org.ua/tracker-economy-during-the-war/>

4. Міграція та соціально-політичні настрої під час повномасштабної війни росії проти України. (Жовтень, 2022). Градус. https://gradus.app/documents/317/Gradus_EU_wave_12_UA.pdf

5. Український бізнес під час війни: аналітика та перспективи у 2024 році. (Жовтень, 2023). FinStream. <https://finstream.ua/ukrayinskyj-biznes-pid-chas-vijny-analytika/>

6. Видатки бюджету України. Мінфін. (1 березня, 2024). <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/budget/gov/expense/>

*Ліана Чернобай,
Маліброда Святослав*
Національний університет «Львівська політехніка»

МІГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВІЙНИ

Повномасштабне вторгнення росії в Україну спричинило найбільшу вимушену міграцію в Європі з часів Другої світової війни. Третина населення України була переміщена. Через два роки від початку конфлікту десять мільйонів українців не можуть повернутися до свого дому. Майже чотири мільйони населення залишаються внутрішньо переміщеними особами в Україні, а понад шість мільйонів біженців знайшли притулок за кордоном, в Європі та інших країнах світу. Масова міграція, спричинена війною, полягає у виїзді великої кількості населення з України до найближчої безпечної країни; вона стала особливо очевидною в останні місяці, коли рух біженців з країн, які безпосередньо межують з Україною, розширився далі на захід, головним чином до Німеччини, а також до Канади, де є потужна українська діаспора. Багато українців підтримують зв'язок із домом шляхом короткочасних відвідувань, враховуючи існуючі моделі сезонної трудової міграції. Мільйони біженців повернулися на батьківщину, але не завжди в райони, звідки вони виїхали.

Сьогодні в Європі перебувають близько 6 мільйонів українських біженців. Розподіл біженців за останній рік суттєво змінився. Якщо навесні 2023 року Польща все ще була країною з найбільшою кількістю вимушено переміщених осіб, то зараз Німеччина є провідною країною. За офіційною статистикою, в Німеччині проживає близько 1,1 мільйона українських біженців. Кардинально змінилася ситуація з біженцями і в Польщі. Із понад 1,6 мільйона біженців, яким Польща надала тимчасовий захист, там залишилися лише 960 тисяч. Причин масового виїзду українців із Польщі декілька – найчастіше до Німеччини, меншою мірою до інших країн Західної Європи. Недавні соціологічні

дослідження показують, що основними рушійними силами вторинної міграції до Німеччини є вищі заробітки та краще соціальне забезпечення – майже половина мігрантів повідомляють, що їх заохочують переїхати далі на захід рекомендації друзів або родичів [1].

За кількістю біженців на душу населення Естонія лідирує в рейтингу ЄС, де на 1000 жителів припадає близько 37 українських осіб, які отримали тимчасовий захист. Лише дві європейські країни, що не входять в ЄС, мають більшу частку українських біженців у своєму населенні – Молдова (5% населення), Чорногорія (10% населення). Серед західноєвропейських країн, найбільша відносна кількість українських біженців в Ірландії. З населенням в п'ять мільйонів осіб, кількість українців вже перевершила 100 000 мігрантів і продовжує зростати. Уряд Ірландії протидіє збільшенню кількості біженців, адже ситуація посилює довготривалу кризу на ринку житла. Проте, важливо зазначити, що у випадку з Ірландією, Німеччиною та Австрією, криза українських біженців є лише частиною проблеми, адже масовий приїзд українців відбувається одночасно з прибуттям до цих країн рекордної кількості шукачів притулку з неєвропейських країн, таких як Сирія, Афганістан, Судан і Венесуела [1].

Значна кількість українських біженців знаходять притулок за кордоном. Понад 400 тисяч українців мігрували до Канади та США з лютого 2022 року. Обидві ці країни запровадили спеціальні візові режими для українських біженців. Ті, хто бажає залишитися в Канаді, можуть отримати допуск через канадсько-українську програму дозволу на надзвичайні поїздки (CUAET), за допомогою якої вони можуть отримати дозвіл на роботу та навчання. Як результат, канадська влада зареєструвала близько 1,2 мільйона заявок і майже дві третини вже погоджено. Проте тих, хто скористався дозволом на в'їзд, значно менше, і за останніми даними, за програмою CUAET до Канади в'їхало трохи більше 210 тисяч осіб. США надали або тимчасовий захищений статус, або (для тих, хто прибув після 1 квітня 2022 року) спеціальну гуманітарну візу, надану в рамках програми «Єднаймося заради України» (U4U) більшості із 270 000 прибулих українців. Основним принципом цього типу візи, яка надається на два роки, є гарантія осіб або сімей, які вже легально проживають у США. Родичі, друзі заявників або волонтери з широкої громадськості можуть взяти на себе цю роль спонсора. Відносно високий інтерес українців до екстреного переїзду до Канади та США можна пояснити, зокрема, їхньою глибокою та багатою міграційною історією. Починаючи з дев'ятнадцятого століття, в обох країнах Північної Америки існує потужна українська діаспора.

Отже, ситуація вимагає високого рівня співпраці між приймаючими країнами та Україною для розробки та впровадження відповідних заходів. Політика інтеграції, як правило, є сферою діяльності приймаючих країн, і міжнародне співробітництво тут має тенденцію приймати форму обміну передовою практикою, а не розробки спільних заходів із країною походження. Це передбачає встановлення каналів співпраці та відносин, яких наразі немає. Проте Україна продемонструвала високий рівень готовності до співпраці та має особистий інтерес у тому, щоб якомога більше переміщених українців хотіли

повернутися після закінчення війни. Крім того, численні платформи для тісної багатосторонньої співпраці в контексті війни росії проти України вже діють, а інші створюються. Іншим викликом є збереження громадської підтримки таких заходів. Інтеграційна підтримка мігрантів і біженців зазвичай пропонується на підставі сприяння довгостроковій соціальній єдності, і очікується, що такі інвестиції окупляться за рахунок податків. Ці міркування, однак, менш актуальні у випадку українців, які вирішать повернутися [2]. Також, подвійний підхід, ймовірно, призведе до додаткових витрат, окрім тих, які пов'язані з регулярним утриманням інтеграційної діяльності та заходів, спрямованих на інших мігрантів і біженців. Однак такі інвестиції в українських біженців слід розглядати та розглядати як важливу частину підтримки відновлення України. Враховуючи очікувану високу вартість реконструкції та очікувану потребу в робочій силі, країни ОЕСР, які взяли на себе зобов'язання підтримувати відновлення України, можуть почати робити це через інвестиції в людський капітал в українських біженців вже сьогодні.

Перелік використаних джерел:

1. Ukrainian refugee crisis: the current situation. OCHA. 2024. URL: <https://reliefweb.int/report/ukraine/ukrainian-refugee-crisis-current-situation-encs>
2. Working towards dual intent integration of Ukrainian refugees. OECD. 2023. URL: <https://www.oecd.org/ukraine-hub/policy-responses/working-towards-dual-intent-integration-of-ukrainian-refugees-6b4c16f7/>

Юрій Чопик

Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ОСНОВНІ ЗОВНІШНІ АКТОРИ У ПОВОЄННОМУ ВІДНОВЛЕННІ

Процеси відбудови можна краще зрозуміти через розподіл ролей серед різних зовнішніх акторів, залучених у них. Суб'єктами відновлення під час війни та повоєнної відбудови в Україні може бути цілий ряд таких акторів.

- *Неурядові організації (НУО)*. Дослідники відзначають, що НУО, завдяки своїй специфічній природі та спроможності, роблять важливий внесок у гуманітарну допомогу населенню та повоєнну відбудову. Неурядові організації різних розмірів та напрямів вже давно працюють в Україні, будучи важливими гравцями для відбудови під час війни в Україні, та видаючи кошти на безпосередню відбудову житла, розвиток бізнесу, та гуманітарне розмінування. Водночас, є чимало критиків, які підкреслюють, що у багатьох випадках, НУО перестають фокусуватись на потребах постраждалого населення і натомість борються за фінансування і власне виживання у сфері [2]. Це проблема, яку потрібно брати до уваги при дослідженні ролі НУО у світі.

- *Організація Об'єднаних Націй (ООН)*. Незважаючи на статус найбільшої та найавторитетнішої організації у світі, ООН часто критикують за її

неспроможність вберегти світ від нових війн та захистити світовий порядок. Однією з проблем, яку часто згадують критики, є недостатні механізми реалізації рішень ООН [3]. Однак, ООН – це все ще головний майданчик для вирішення міжнародних конфліктів в дипломатичному полі та для обміну думками у вигляді форуму держав світу. Крім того, у структурі ООН є масштабні можливості щодо фінансової допомоги та фінансування відбудови держав, що потерпіли від конфліктів. ООН діє у рамках гуманітарних ініціатив та екстреного реагування. Організацією було створено фонд для накопичення та подальшого застосування коштів для гуманітарного реагування на потреби України [1].

- *Приватний сектор.* Бізнес, компанії різного розміру і спрямування, та транснаціональні корпорації – це необхідні складові для економіки більшості держав. Більшість дослідників та аналітиків погоджуються, що країнам у післявоєнній фазі потрібен справедливий та прибутковий приватний сектор, коли вони намагаються вийти з фази конфлікту та позбутися залежності від повоєнної допомоги та зовнішнього втручання. Однак, безпосередньо після війни, внутрішні та зовнішні інвестиції зазвичай відбуваються повільніше, ніж сподіваються в країнах, які проходять через етап відновлення [4]. Крім того, існують складні взаємозв'язки між економічним розвитком і конфліктом, і у деяких випадках, діяльність приватного сектора може посилити ризики конфлікту, а не пом'якшити їх.

- *Держави та об'єднання держав.* Згідно з концепцією реалізму в теорії міжнародних відносин, саме держави є головними міжнародними акторами у більшості сфер. Важливо відзначити, що у вищезгаданих НУО або структурах ООН країни можуть відігравати надзвичайно важливу роль. Проте, саме окремі уряди або їх об'єднання сьогодні часто розглядаються як ключові актори при відбудові постраждалих держав. До прикладу, США вже надали Україні більше 75 мільярдів доларів станом на кінець 2023 року у різних формах допомоги [5]. За схожий період, ЄС передав близько половини цієї суми, зорієнтованої на гуманітарну та фінансову допомогу. Рішення країн про допомогу часто є набагато масштабнішими ніж від МНУО чи структур ООН, можуть прийматись швидше, і залежать здебільшого від політичної волі керівництва держав та наявності коштів у державній казні.

- *Міжнародний валютний фонд (МВФ), Європейський банк реконструкції і розвитку (ЄБРР), і Світовий банк.* Світовий банк зосереджується на відновленні економіки зруйнованих війною країн за допомогою фінансування інвестиційних проектів, політики розвитку та програм, орієнтованих на конкретні результати. МВФ діє схоже до Світового банку, надаючи позики потребуючим цьогю країнам за пільговими ставками [6]. ЄБРР, попри свою назву, має мандат, що поширюється на діяльність далеко за межами Європи. Діяльність організації зосереджена на енергетичній безпеці, відновленні муніципальних послуг і засобів до існування для переміщених осіб, фінансуванні торгівлі та забезпеченні ліквідності для малих і середніх підприємств. Зокрема, ЄБРР зобов'язався виділити до 3 мільярдів євро протягом 2022-2023 років, щоб допомогти відновити бізнес в Україні [6].

Перелік використаних джерел:

1. "Ukraine Humanitarian Response 2023" (2023) *UNOCHA*, <https://reports.unocha.org/en/country/ukraine/card/322ccRiHTz/>
2. "Will NGOs Replace States as the World's Problem Solvers?" (2019) *Medium*, <https://medium.com/discourse/will-ngos-replace-states-as-the-worlds-problem-solvers-548583b85a5c>
3. Balakir, K. (2021) *The Alliance for Citizen Engagement*, <https://ace-usa.org/blog/research/research-foreignpolicy/failures-and-successes-of-the-un/>
4. Bray, J. (2009). The role of private sector actors in post-conflict recovery: Analysis. *Conflict, Security & Development*, 9(1), 1-26.
5. Masters, J., and Merrow, W. (2023) How Much Aid Has the U.S. Sent Ukraine? Here Are Six Charts., *Council on Foreign Relations*
6. Romanovych, D. (2022) Post-war Reconstruction: Case Studies, *KPMG*, <https://kpmg.com/ua/en/home/insights/2022/12/post-war-reconstruction-of-economy-case-studies.html>

Андрій Процяк
PhD студент,
Західноукраїнський національний університет,
м. Тернопіль
Науковий керівник:
доктор економічних наук, професор Зварич Р.Є.

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ЕКСПОРТУ УКРАЇНСЬКИХ ТОВАРІВ З ВИСОКОЮ ДОДАНОЮ ВАРТІСТЮ

Відкриття нових ринків, економічні реформи та вибір стратегій розвитку економіки завжди призводить до дискусій про необхідність орієнтуватися на експорт високотехнологічних товарів, товарів з високою доданою вартістю та високим ступенем обробки. Такий пріоритет є дуже правильним та надзвичайно привабливим, оскільки вищий рівень технологій, висока додана вартість та вища ступінь обробки є важливими "експортними орієнтирами", на які варто скеровуватися при стратегічному плануванні розвитку сучасної економіки.

За оцінками експертів Всесвітнього економічного форуму, проблеми, з якими стикаються українські експортери, - це відсутність доступу до торгового фінансування, недостатній рівень технологій виробництва та навичок персоналу, труднощі у визначенні потенційних ринків і покупців, невідповідність продукції міжнародним технічним вимогам і стандартам, а також проблеми доступу до імпортованих ресурсів, необхідних для виробництва. На думку українських експортерів, найменш проблемними процедурами в Україні є отримання сертифіката походження та проходження екологічного контролю, а найбільш проблемними залишаються відшкодування ПДВ і валютний контроль. З даними проблемами також стикаються і експортери товарів високою доданою вартістю.

Україна виробляє різноманітні товари з високою доданою вартістю, які експортуються на зовнішні ринки. Деякі з найбільш відомих і успішних товарів у цьому сегменті експорту включають:

- авіаційне обладнання та деталі;
- машинобудування та важке обладнання;
- іт-послуги та програмне забезпечення;
- сільськогосподарське обладнання.

Україна розуміє, що в умовах обмеженості логістичних ресурсів слід нарощувати несировинний експорт [1]

Процес зростання в складі експорту продукції підвищеної технологічної складності гальмується через збереження у підприємців переконань про високі ризики зазнати збитків при виведенні на ринок нових зразків продукції, а також про існування великих можливостей щодо отримання додаткових доходів на ринках традиційної продукції за рахунок заниження найманим працівникам рівня оплати праці та поведінки, пов'язаної з роботою в тіньовому секторі економіки, корупційними схемами, несплатою податків, недобросовісною комерційною практикою. У 2013–2019 рр. в Україні зменшення одиничної вартості товарного експорту є доказом того, що в 2017–2019 рр. збільшення сукупної факторної продуктивності економіки викликано не ефектом зсуву на користь галузей, які випускають товари та послуги підвищеної технологічної складності. Це означає, що приріст макроекономічної продуктивності забезпечив ефект її зростання в усіх низько та високопродуктивних галузях. З цього випливає, що визначальним чинником зростання економіки був процес зменшення виробничих витрат.

Одночасне їх скорочення в усіх галузях дозволяє зробити припущення про високу ймовірність впливу на цей процес низького рівня оплати праці в економіці. При цьому варто мати на увазі, що зменшення витрат виробництва і зростання сукупної факторної продуктивності економіки ніяким чином не вплинули на наявну структуру випуску та експорту. Україна впродовж тривалого часу експортує товари з нижчим рівнем технологічної складності ніж імпортує, і за цим показником відстає від багатьох країн світу. Це може слугувати доказом того, що наявна структура експортних операцій у довгостроковій перспективі є соціально небажаною. Такий висновок спонукає до аналізу порівняльних переваг експортерів стосовно виробництва та продажу різних груп товарів та послуг з метою пошуку шляхів зміни структури їх продажу. В Україні до експорту підвищеної технологічної складності можна віднести: машини, обладнання та механізми, електротехнічне обладнання; засоби наземного транспорту, літальні апарати, плавучі засоби механічне обладнання; прилади та апарати оптичні, фотографічні. Встановлено, що вітчизняні підприємці втрачають порівняльні переваги з виробництва та продажу цих товарних груп на міжнародних ринках. Шлях до вирішення цієї проблеми можуть відкрити інституційні зміни, спрямовані на усунення бар'єрів, які перешкоджають переходу економіки на новий рівень конкурентоспроможності. Основною його рисою має стати поява у вітчизняних виробників додаткових порівняльних переваг на зовнішніх ринках

щодо виробництва і продажу товарів та послуг підвищеної технологічної складності [2].

Експорт товарів з високою доданою вартістю не має продуманої концепції поведінки на зовнішніх ринках. Викорінення прогалин в експортній політиці країни, потрібно починати з системних питань, а саме, - правильної організації діяльності. Звичайно ж іноземний досвід не можна сліпо наслідувати, в кожній країні ситуація унікальна. Розвитку українського експорту товарів з високою доданою вартістю багато в чому буде сприяти внесення в законодавство змін, що враховує міжнародні економічні конвенції. Зокрема, потрібно забезпечити можливість укладення усних договорів, переглянути ставлення до інвойсу та іншими правилами поставок. Сприяти вирішенню експортних проблем держава також може, забезпечивши внутрішні економічні свободи. Однак у вирішенні цих питань не варто повністю розраховувати на чиновників. Активно працювати в цьому напрямку повинні представники бізнесу та бізнес-асоціацій. Крім того, не варто забувати, що експорт - це похідне явище. Чи не піднявши власне виробництво і науково-технічну діяльність, поліпшити конкурентоспроможність і затребуваність українських товарів неможливо.

Маючи вузьку структуру експорту товарів з високою доданою вартістю та низькою продуктивністю праці порівняно зі своїми конкурентами з-поміж країн, що розвиваються, а також нестабільним зростанням експорту економіка України має свої переваги. Незважаючи на багаті природні ресурси, стратегічне географічне розташування та успадковані певні наукові і людські ресурси, у структурі експорту України все ще переважають товари з низькою часткою доданої вартості. Водночас при цьому, не використовуються належним чином наявні високотехнологічні можливості окремих галузей промисловості (космічної, авіаційної, суднобудівної тощо).

Розвиток виробництва товарів з високою часткою доданої вартості є головним пріоритетом у створенні бази для нарощування обсягів та поліпшення структури українського експорту в напрямі збільшення в ньому питомої ваги товарів з високою доданою вартістю. Цей процес, хоча і потребуватиме значного обсягу інвестицій в оновлення технологій, у кінцевому результаті забезпечить зростання конкурентоспроможності української продукції на зовнішніх ринках в умовах постійно зростаючого попиту на високотехнологічні товари.

Перелік використаних джерел:

1. Export Credit Forum 2022: фінансові інструменти підтримки експансії української продукції на світові ринки Режим доступу: https://export.gov.ua/news/4324-export_credit_forum_2022

2. Розвиток національної торговельної політики для підвищення конкурентоспроможності економіки України : колективна монографія / за ред. д-ра екон. наук, чл.-кор. НААН України Т.О. Осташко; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України». Електрон. дані. К., 2021. 313 с. Режим доступу : <http://ief.org.ua/docs/mg/353.pdf>

Іван П'єх
PhD студент,
Західноукраїнський національний університет,
м. Тернопіль
Науковий керівник:
доктор економічних наук, професор Зварич Р.Є.

ПРЯМІ ІНОЗЕМНІ ІНВЕСТИЦІЇ В УКРАЇНУ В УМОВАХ ВІЙНИ

За даними Держстату, у 2022 році через війну Україна втратила 29,1% ВВП. Частина підприємств зараз окупована. Ті, що знаходяться на підконтрольних уряду територіях, частково зруйновані або мають перешкоди в роботі (через втрату логістичних ланцюжків, проблеми зі світлом, водою тощо). Для того, щоб самостійно підтримувати економіку, Україні необхідне масштабне відновлення промисловості. Українські компанії вже намагаються розвивати та модернізувати власне виробництво, але їхні ресурси досить обмежені, тому терміново потрібні іноземні інвестиції. Ключовим інвестором з іноземним капіталом у металургійному секторі є ArcelorMittal. Умови роботи українських об'єктів компанії дуже важкі: лінія зіткнення все ще близька, нестабільне електропостачання через російські атаки на енергетичну інфраструктуру та проблеми з водою через руйнування російськими військами Каховської ГЕС. Незважаючи на це, компанія продовжує інвестувати у своє виробництво в Україні. У 2022 році компанія інвестувала в свої потужності \$120 млн, а в 2023-24 рр. планує інвестувати ще \$130 млн.

Також інвестори цікавляться гірничодобувним сектором. Зокрема, турецька компанія Onur Group вирішив інвестувати у видобуток графітової руди на Городнянській ділянці Буртинського родовища в Хмельницькій області. У березні компанія отримала відповідний дозвіл Держгеології та надр. За розрахунками, на базі розвіданих запасів цієї ділянки можна створити потужне підприємство з річною продуктивністю видобутку та переробки руди в обсязі 1 млн. тон і виробництвом графітового концентрату в обсязі 55,9 тис. тон. створений.

Американська компанія Amsted Rail готується запустити у Львові виробництво підшипників і комплектуючих для вагонів. Розглядається як співпраця з українськими виробниками, так і будівництво нового заводу в регіоні. Зараз компанія шукає територію, склади одного із заводів у Львівській області, щоб перемістити туди обладнання. Енергетичний сектор є одним із найбільш постраждалих від бойових дій. Україна втратила багато потужностей альтернативної генерації, в які інвестували в тому числі іноземці. Але для деяких з них це не стало перешкодою. Норвезька компанія Scatec розвивала сонячну енергетику в Україні задовго до повномасштабної війни. До 2021 року запустила 5 потужних СЕС у Київській, Черкаській та Миколаївській областях.

Наразі спільно з Міжнародною фінансовою корпорацією (IFC) компанія планує розгорнути блочно-комплектне рішення Scatec Release для генерації та зберігання сонячної енергії в Україні. Це допоможе урізноманітнити покоління

в нашій країні. Onur Group також інвестує у відновлювані джерела енергії. Зараз компанія має потужність 150 МВт і планує розвивати новий проєкт у Закарпатській області. Встановлення вітрогенераторів потужністю 120 МВт обійдеться компанії в 150 мільйонів доларів. Цей проєкт планують реалізувати за два роки.

Наприкінці 2022 року швейцарська компанія Nestlé розпочала будівництво нового заводу у Смолигові на Волині з виробництва вермішелі швидкого приготування. Загалом у будівництво заводу планують інвестувати близько 40 мільйонів французьких франків (понад 6 мільйонів доларів). Випускати продукцію там планують почати вже в першому кварталі 2024 року. До речі, ця продукція буде поставлятися як на український ринок, так і на ринки європейських країн.

Частина провідної данської пивоварної групи Carlsberg Ukraine призупинила діяльність своїх підприємств на початку повномасштабної війни, але згодом відновила роботу потужностей у Києві, Львові та Запоріжжі. Минулого місяця компанія повідомила, що інвестувала 1,5 млрд грн у відкриття нової лінії на Київському пивзаводі, що дозволить збільшити виробництво банок на 80%. Згідно з повідомленням, особливістю нової лінії є сучасні технології, повна автоматизація, дотримання вимог щодо безпеки обслуговуючого персоналу та безпеки виробленої на ній продукції.

Отже, відносно висока інфляція зараз стимулює інвестиції. На практиці інвестувати у виробництво, навіть з ризиками, вигідніше, ніж спостерігати за їх знеціненням. Насправді інвестори зараз вибирають менш критичний варіант з двох поганих варіантів збереження коштів. Такі інвестиції не є тим шляхом, який може привести до динамічного зростання ВВП.

Сьогодні важливо, щоб інвестори обирали Україну як найкраще місце для отримання прибутку, а не як єдиний варіант уникнути збитків. На жаль, інвестиційний клімат в Україні далеко не сприятливий. Україна не має набору правових, економічних, соціальних і культурних інститутів, організацій, механізмів і стимулів, які визначають спосіб розподілу, управління та використання ресурсів і активів.

Перелік використаних джерел

1. Shevchuk A. How global industrial giants develop production in Ukraine during the war. 2023. URL: <https://gmk.center/en/posts/how-global-industrial-giants-develop-production-in-ukraine-during-the-war/>
2. Averchuk R. Foreign direct investment in Ukraine: war and peace. 2023. URL: <https://oblrada.dp.gov.ua/en/investors/foreign-direct-investment-in-ukraine-war-and-peace/>

ВПЛИВ СВІТОВОГО БАНКУ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ

Світовий банк (СБ) відіграє надзвичайно важливу роль у розвитку економіки України з моменту її проголошення незалежності. За понад 30 років плідної співпраці СБ надав країні понад 14 млрд доларів США у вигляді кредитів, грантів та інших видів допомоги [1]. Ця фінансова підтримка, поєднуючись з глибокою експертизою та консультаціями, мала глибокий вплив на різні аспекти життя українців.

Діяльність СБ в Україні охоплює широкий спектр сфер, зокрема щодо економічного та соціального розвитку:

- розвиток інфраструктури (масштабне фінансування будівництва та модернізації доріг, мостів, енергетичних систем, систем водопостачання та водовідведення), підтримка розвитку транспорту (покращення логістики, стимулювання торгівлі та інтеграція України в європейську транспортну мережу), забезпечення доступу до якісної питної води та ефективної системи водовідведення (покращення санітарних умов життя та зниження ризику поширення інфекційних захворювань);

- підтримки малого та середнього підприємництва (МСП): надання пільгових кредитів та грантів підприємцям, що сприяє розвитку приватного сектору та створенню нових робочих місць, забезпечення доступу до фінансових ресурсів та консультаційних послуг (підвищення конкурентоспроможності МСП та стимулювання інновацій), створення сприятливого середовища для розвитку підприємництва (зниження бюрократичних бар'єрів та спрощення процедури реєстрації бізнесу);

- соціального захисту: адресна допомога бідним та вразливим верствам населення (підтримка людей, які найбільше потребують соціальної підтримки), підтримка програм соціального захисту (покращення якості життя людей з обмеженими можливостями та пенсіонерів), забезпечення доступу до соціальних послуг (доступна та якісна освіта, медицина та соціальне обслуговування);

- охорони здоров'я: фінансування модернізації медичних закладів та закупівлі сучасного обладнання, покращення якості медичних послуг та доступності сучасної діагностики та лікування, підвищення кваліфікації медичних працівників;

- освіти: модернізація шкіл та університетів (оновлення матеріально-технічної бази та впровадження сучасних методів навчання, підвищення кваліфікації вчителів та викладачів) [1].

Ефективність проектів Світового банку в Україні не є однозначною. Деякі з них виявилися дуже успішними, сприяючи покращенню економічних показників та добробуту людей. Серед успішних проектів варто виділити проект з модернізації енергетичного сектору, який дозволив суттєво знизити залежність

України від імпорту енергоносіїв та сприяв зменшенню викидів парникових газів, що є важливим кроком на шляху до енергетичної незалежності та екологічної стійкості. Також успішною можна вважати програму кредитування малого та середнього бізнесу від СБ, що стала потужним рушієм розвитку підприємництва. Завдяки їй було створено тисячі нових робочих місць, а українські товари отримали можливість конкурувати на світовому ринку. Позитивними є і наслідки реформування системи соціального захисту в контексті програм від СБ, що сприяло більш адресній допомозі тим, хто її найбільше потребує. Це дозволило ефективніше використовувати державні кошти та підтримати найбільш вразливі верстви населення [2].

Незважаючи на успіхи, деякі проекти СБ в Україні не виправдали очікувань через системні проблеми. *Корупція, бюрократія, політична нестабільність та несвоєчасна координація з урядом* затримували проекти та знижували їхню ефективність. *СБ активно бореться з цими проблемами: впроваджує контроль, розробляє гнучкі підходи та посилює співпрацю з українською владою. Ця робота спрямована на те, щоб зробити допомогу СБ Україні більш ефективною та результативною.*

Вплив СБ на економічні показники України також складно однозначно оцінити. З одного боку, його допомога сприяла зростанню ВВП: інвестиції СБ у розвиток інфраструктури, підтримка бізнесу та соціальні програми стимулювали економічну активність, сприяли зниженню бідності: адресні програми соціального захисту допомогли покращити добробут найбільш вразливих верств населення та покращенню соціальних стандартів: фінансування освіти та охорони здоров'я підвищило якість цих послуг. З іншого боку, діяльність СБ також мала негативні наслідки:

– збільшення державного боргу: Україна брала на себе зобов'язання за повернення кредитів, що створювало додаткове навантаження на бюджет.

– посилення економічної залежності від зовнішніх джерел: велика частка фінансування залежала від СБ, що робило економіку менш стійкою до зовнішніх впливів.

На нашу думку, для підвищення ефективності співпраці між СБ та Україною необхідно: збільшити прозорість діяльності обох сторін, посилити боротьбу з корупцією та бюрократією в Україні, забезпечити кращу координацію між СБ та українським урядом, більше залучати громадськість до процесу прийняття рішень та моніторингу проектів.

Попри низку проблемних моментів у відносинах СБ – Україна, Світовий банк залишається важливим партнером для України на шляху до економічного розвитку. Його допомога відіграє значну роль у покращенні життя людей. За умови взаємовигідної співпраці України та СБ, країна має всі шанси на успішний економічний розвиток та забезпечення добробуту своїх громадян.

Перелік використаних джерел :

1. Світовий банк в Україні. URL:
<https://www.worldbank.org/en/country/ukraine>

2. Колосова. В. Допомога Групи Світового банку Україні в період війни та відновлення країни. 20.02.2023. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/mizhnarodni-vidnosyny/dopomoha-hrupy-svitovoho-banku-ukrayini-u-period-viyny-ta>

Андріана Кошелюк
Західноукраїнський національний університет
м.Тернопіль

СВІТОВА ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГІВЛІ: ВИКЛИКИ В УМОВАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

Міжнародні конфлікти, такі як війна чи агресія зазвичай супроводжуються економічними санкціями і блокадами, руйнуванням інфраструктури та економічною нестабільністю і, неминуче, призводять до порушення торгівельних зв'язків та операцій, що може мати негативні наслідки як для економічного розвитку окремих країн, так і для стабільності глобальної економіки. Умови війни створюють складнощі для міжнародної торгівлі та регулювання торгових проблем, проте Світова організація торгівлі (СОТ) як міжнародна організація, що регулює правила торгівлі між країнами може виконувати певні функції та сприяти вирішенню проблем, навіть у цих умовах. Хоча СОТ і не може самостійно вирішувати політичні або військові конфлікти, однак прагне забезпечити чітку та прозору систему правил торгівлі, яка може допомогти стабілізувати економіку та сприяти мирному врегулюванню конфліктів шляхом сприяння економічному зближенню, співпраці та розвитку.

Агресія та початок повномасштабної війни росії в Україні призвели до таких економічних наслідків для національної та глобальної торгівлі як

- скорочення експорту української сільськогосподарської продукції та інших товарів, спричинена блокадою українських портів;
- зростання цін на продовольство та енергоресурси на світових ринках через зменшення поставок з України та росії;
- порушення ланцюгів постачання в багатьох галузях промисловості через блокаду портів та руйнування інфраструктури;
- посилення економічної нестабільності у багатьох країнах світу та Європи, в тому числі, через запроваджені санкції проти росії.

Сьогодні СОТ відіграє важливу роль у врегулюванні торгових проблем, що виникли внаслідок війни в Україні, зокрема

- постійно моніторить ситуацію та публікує звіти про вплив війни на світову торгівлю;
- сприяє укладанню торгових угод, які допоможуть зменшити негативні наслідки конфлікту;
- СОТ може допомогти країнам, які постраждали від конфлікту, відновити свою торговельну інфраструктуру та інституції, що є важливим фактором для України.

СОТ в межах своїх функцій та обов'язків, спрямованих на регулювання міжнародної торгівлі та сприяння вирішенню торговельних питань між країнами-членами, відіграє важливу роль у забезпеченні стабільності та прозорості у міжнародній торгівлі, а також захисту прав країн-членів через дотримання міжнародних торговельних правил.

Політика СОТ, як відомо, спрямована на створення умов для розвитку вільної, справедливої та взаємовигідної міжнародної торгівлі та уникнення обмежень для неї. Проте Угоди СОТ передбачають низку підстав для виправдання тих чи інших порушень правил СОТ, зокрема Генеральна угода з тарифів і торгівлі, стаття 21 «Винятки з міркувань безпеки» дозволяє державам-членам вживати заходів «під час війни чи іншої надзвичайної ситуації в міжнародних відносинах» [1]. Війна в Україні призвела до того, що багато країн скористалися цим правом і, з огляду на безпекові винятки, розірвали або суттєво обмежили торговельні відносини з країною-агресором або запровадили обмежувальні заходи на товари з росії. Зокрема багато держав [2]:

- ввели додаткові 35 % мита на імпорту російських товарів;
- запровадили заборону (повну або часткову) експорту до росії окремих товарів (наприклад, предмети військового або подвійного призначення, предмети розкоші та високотехнологічні товари, вироби, що використовуються для виготовлення зброї тощо);
- запровадили обмеження імпорту з росії, насамперед, вичерпного палива (нафта, газ, вугілля).

Багато запроваджених санкцій спрямовані не лише на росію, а й на білорусь, яка не є членом СОТ. Загалом такі торговельні санкції демонструють певний рівень узгодженості між державами-членами СОТ.

Росія ж зі свого боку не демонструє готовності продовжувати співпрацю в рамках організації і у березні 2022 року в парламенті рф було зареєстровано проект закону про вихід Росії з СОТ, який проте досі не є прийнятий, оскільки вихід з СОТ може призвести до втрати ринків навіть із лояльними до росії торговими партнерами: Китаєм, Індією, країнами Південно-Східної Азії, Африки, Південної Америки тощо. Крім того, теоретично, рф може спробувати оскаржити торговельні обмеження, які ввели інші країни, однак навряд чи зможе вона отримати рішення компетентного органу на свою користь та скасувати санкції.

Війна в Україні створила значні виклики для співпраці та узгодженості дій країн-членів в межах СОТ. СОТ є важливим партнером України у сфері торгівлі, тому наша країна має залишатися активним її членом та використовувати всі можливості, які надає ця організація. Співпраця з СОТ допоможе Україні подолати наслідки війни та сприяти відновленню України.

Перелік використаних джерел:

1. Генеральна угода з тарифів і торгівлі від 15.04.1994. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_264#n264
2. Makhinova A., Sandul O. WTO reaction to Russian-Ukrainian war. 05.06.2022. URL: <https://sk.ua/wto-reaction-to-russian-ukrainian-war/>

ВПЛИВ ВІЙНИ В УКРАЇНІ НА ЕКОНОМІКУ КРАЇН ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

Глобалізаційні процеси в світі сформували залежність між країнами та їх економіками. Ситуація нестабільності в країні, що була викликана природними катаклізмами, економічними кризами чи політичною нестабільністю має менший вплив в порівнянні із змінами та ризиками що спричиняє військове вторгнення.

В 2022 році із початком повномасштабного вторгнення росії в Україну в усьому світі та в Європі зокрема спостерігається різке зростання цін на енергоносії, ріст інфляції та сповільнення економіки провідних держав.

Досліджуючи вплив війни на економіку Німеччини, Великої Британії, Франції, Італії та Швейцарії, агентство Reuters зазначає, що обсяги виробництва були б на 0,1%-0,7% вищими у четвертому кварталі 2022 року, а показники інфляції в кожній із країн були б на 0,2-0,4% нижчими. Негативні наслідки війни, ймовірно, будуть набагато більшими в середньостроковій і довгостроковій перспективі, особливо щодо реальної економіки [1].

У грудні 2022 року інфляція в Європі досягла свого піку. У лютому 2023 року інфляція в Єврозоні зменшилася до 8,5% на річному рівні, порівняно з 8,6% в січні. Зменшення інфляції виявилось меншим, ніж передбачали економісти, які очікували спад до 8,2% [1].

Прогнозується, що загальна інфляція знизиться з 9,2% у 2022 році до 6,4% у 2023 році та до 2,8% у 2024 році в ЄС. У зоні євро прогнозується зниження з 8,4% у 2022 році до 5,6% у 2023 році та до 2,5% у 2024 році [2].

Війна в Україні – це третій асиметричний шок, як називають його економісти, який пережив ЄС за останні два десятиліття, після фінансової та економічної кризи 2008-го року і подальшої кризи Єврозони і пандемії COVID-19. Асиметричний шок – це раптова зміна економічних умов, яка зачіпає окремі країни ЄС більше, ніж інші. Війна в Україні дійсно має набагато більший вплив на сусідні країни через приплив біженців та суттєву залежність цих країн від російського газу [3].

Російське вторгнення викликала масовий наплив біженців із України до Європейського Союзу, так за даними Управління Верховного комісара ООН у справах біженців станом на 13 лютого 2024 року кількість втікачів від війни склала 5,9 млн. осіб.

Попри негативний вплив від великої кількості біженців (збільшення соціальних виплат, додаткове фінансове навантаження) на економіку країн, які їх прийняли варто відмітити і позитивний ефект. Так, За офіційними даними, українські біженці витратили за кордоном 20 млрд доларів у 2022 році, підписали 1,87 млн трудових контрактів у 17 країнах ЄС та, за даними одного з досліджень,

підняли на 1% ВВП Польщі. Більше половини працездатних українців у східній та центральній частині Європи знайшли роботу [4].

Окрім особистих коштів українських біженців, низка європейських держав отримали також і допомогу з європейських фондів на утримання українців що склала 17 мільярдів євро. Найбільший з них – «Фонд згуртування», виплати з якого здійснюються насамперед для країн ЄС, ВВП яких нижчий від середнього у блоці (Португалія, Греція, Хорватія, Кіпр, Мальта, Болгарія, Чехія, Словаччина, Словенія, Угорщина, Польща, Румунія, Литва, Латвія та Естонія). Ці країни можуть використовувати дані кошти для фінансування житла, шкіл, догляду – на всі заходи, необхідні для підтримки переміщених осіб з України [4].

Загалом вплив війни в Україні на економіку країн Європейського Союзу є значним та буде проявлятися, як в позитивних так і негативних явищах.

Перелік використаних джерел:

1. Крижний А. Найгірше попереду: як війна в Україні впливає на європейські економіки. URL: <https://www.unian.ua/economics/finance/naygirshe-poperedu-yak-viyna-v-ukrajini-vplivaye-na-yevropeyski-ekonomiki-doslidzhennya-12401823.html>

2. Коваленко О. Єврокомісія змінила прогноз щодо економіки ЄС. URL: <https://www.unian.ua/economics/finance/yevrokomisiya-zminila-prognoz-shchodo-ekonomiki-yes-12143556.html>

3. Війна в Україні та її наслідки для ЄС - Блог Високого представника ЄС Жозепа Борреля. URL: <https://www.eeas.europa.eu/delegations/ukraine>

4. Абрамович О. Біженці та економіка – які наслідки для ЄС має наплив українців URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/bizhentsi-ta-ekonomika-yaki-naslidky-dlya-yes-maye-naplyv-ukrayintsiv/32641171.html>

Ярослав Статкевич

Західноукраїнський Національний Університет
м. Тернопіль

ОСОБЛИВОСТІ СПІВРОБІТНИЦТВА СВІТОВОГО БАНКУ І УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ

Світовий Банк, як одна з провідних міжнародних фінансових організацій, відіграє критичну роль у розв'язанні глобальних викликів. Заснований з метою сприяти економічному відновленню після Другої світової війни, він з часом розвинувся у важливий інструмент для боротьби з бідністю та сприяння сталому розвитку. Його актуальність в сучасному світі важко переоцінити, оскільки він продовжує відігравати важливу роль у боротьбі з бідністю, сприянні сталому розвитку та зміцненні глобальної економіки.

Попри свою важливість, Світовий Банк стикається з рядом проблем, які обмежують його ефективність та ефективність реалізації його місії. Однією з таких проблеми у світі є Криза продовольчої безпеки, яка пов'язана війною росії

в Україні. Війна в Україні призвела до порушення сільськогосподарської інфраструктури та обмеження доступу до земельних ресурсів для сільськогосподарського виробництва. Це призводить до зменшення виробництва харчових продуктів, та підвищення рівня продовольчої незабезпеченості. Для Світового Банку це становить виклик у забезпеченні гуманітарної допомоги, розвитку сільського господарства та забезпеченні продовольчої безпеки в умовах конфлікту.

З метою підтримки доступу сільгоспвиробників до фінансування через пільгове кредитування та гранти, в межах проекту Світового банку "Екстрений проект надання інклюзивної підтримки для відновлення сільського господарства України" (ARISE), Україна і Міжнародний банк реконструкції та розвитку підписали грантову та кредитну угоду на суму 550 млн дол. [3].

Також варто зазначити, що політична та економічна нестабільність в Україні може знизити інвестиційний клімат, що ускладнить залучення інвестицій для розвитку регіону та підтримки проектів Світового Банку.

Для розв'язання цих проблем, Світовий Банк від початку російського вторгнення в Україну з лютого 2022 року працює з міжнародними партнерами над мобілізацією коштів, які надходять до бюджету, щоб допомогти Уряду України забезпечити підтримку критично важливих державних функцій. З початку вторгнення Світовий банк мобілізував понад 37,5 мільярдів доларів у вигляді екстреного фінансування, надаючи платформи для підтримки від донорів і міжнародних партнерів, які доповнили власні ресурси організації для допомоги уряду України задовольнити нагальні бюджетні потреби та підтримати основні державні послуги [1].

Світовий банк від початку повномасштабного вторгнення росії використав широкий спектр інструментів фінансування для швидкої виплати коштів, використавши вже існуючі проекти та створивши нові. Зокрема, у цей період Світовий банк створив Цільовий фонд підтримки, відновлення, відбудови та реформування України (URTF) [2] як інструмент оперативної та гнучкої підтримки Уряду України для збереження його адміністративного потенціалу, спроможності надавати послуги та здійснювати заходи з допомоги у надзвичайних ситуаціях, а також плануванні та реалізації програми відновлення, стійкої відбудови та реформування України. В межах цього фонду фінансуються проекти, спрямовані на ремонт пошкодженої інфраструктури, відновлення надання державних послуг та підтримку економічної діяльності у сферах охорони здоров'я, енергетики, логістики, сільського господарства та житлово-комунального господарства тощо..

Також Світовий банк запустив проект «Підтримка державних видатків для забезпечення стійкого державного управління в Україні» (PEACE) [2], що надає допомогу у виплаті пенсій людям похилого віку, грантів внутрішньо переміщеним особам, заробітної плати вчителям та працівникам служб з надзвичайних ситуацій. Світовий банк запровадив низку механізмів, призначених для моніторингу надання послуг і перевірки щодо шахрайства та корупції.

Загалом, Світовий банк має ідеальні можливості для партнерства з Україною у відновленні більш стійкої економіки після нашої перемоги, як у короткостроковій, так і в довгостроковій перспективі

У цілому, Світовий Банк залишається важливим інструментом у реалізації глобальних цілей розвитку, але для забезпечення його ефективності та реалізації повного потенціалу, необхідно постійно вдосконалювати його методи та підходи.

Перелік використаних джерел:

1. Spotlight: Sustaining support for Ukraine. URL: <https://www.worldbank.org/en/about/annual-report/regional-engagements?dropid=eca#ECA-spotlight>

2. Світовий банк і Україна: Закладання фундаменту для відновлення в умовах війни. 05.12.2023. URL: <https://www.worldbank.org/uk/results/2023/11/30/the-world-bank-and-ukraine-laying-the-groundwork-for-reconstruction-in-the-midst-of-war>

3. Україна отримає \$550 млн у рамках проєкту СБ для відновлення сільського господарства. 08.11.2023 URL: <https://interfax.com.ua/news/economic/946182.html>

Аліна Тарашевська
Західноукраїнський національний університет,
м. Тернопіль

РЕАЛІЗАЦІЯ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

Складні й суперечливі процеси глобалізації бізнесу, обмеженість ресурсів, прискорення технологічних нововведень, посилюють конкуренцію суб'єктів господарювання на світових ринках. За умов конкуренції компанії, прагнучи до максимальної реалізації свого економічного потенціалу покращують наявні товари і послуги та створюють нові за допомогою оптимізації ресурсів. Одним із критеріїв успішної діяльності підприємств на глобальному ринку у сучасних умовах є рівень їх міжнародної конкурентоспроможності, що визначається здатністю конкурувати на міжнародному ринку з іншими компаніями. Міжнародна конкурентоспроможність підприємства – це характеристика підприємства, яка є формою прояву ступеня реалізації його потенційної спроможності формувати, утримувати та використовувати стійкі конкурентні переваги на міжнародному ринку, які відображаються його конкурентним потенціалом. [1, с. 65]. Конкурентний потенціал підприємства, в найбільш загальному вигляді, можна представити як конкурентні можливості фірми внутрішнього і зовнішнього характерів, які дозволяють суб'єкту господарювання підтримувати ефективну конкурентну боротьбу на ринку

завдяки створенню конкурентних переваг, що передбачають використання матеріальних і нематеріальних ресурсів [2, с. 469].

Сьогодні для успішного функціонування підприємства на зовнішньому ринку не достатньо володіти інформацією та оцінити конкурентів, споживачів, посередників, постачальників, зовнішнє середовище тощо, а насамперед необхідно оцінити власні внутрішні можливості, що є унікальними та властиві конкретному підприємству, що і визначає наявність конкурентної переваги. Тобто до складу конкурентного потенціалу входять наявні природні, матеріальні, трудові, фінансові і нематеріальні ресурси та можливості підприємств, що дозволяють йому отримувати конкурентні переваги порівняно з іншими учасниками ринку. Отже, реалізація конкурентного потенціалу підприємства проявляється у створенні ним конкурентних переваг, визначаючи, наскільки вдало, з погляду досягнення конкретної мети, воно комбінує ресурси для досягнення переваги над конкурентами. Реалізація конкурентного потенціалу на зовнішньому ринку вимагає від компанії гнучкості, інноваційності та постійного вдосконалення, щоб забезпечити успішну експансію та збільшення конкурентоспроможності. Розвиток конкурентного потенціалу характеризує здатність підприємства не тільки зберігати, але й збільшувати та досягати високого рівня конкурентоспроможності на довгострокову перспективу, в тому числі і на міжнародному ринку.

Ключовими аспектами, які впливають на міжнародну конкурентоспроможність підприємства є

– *якість продукції (послуги)*, що дозволяє підприємству конкурувати з іншими гравцями на міжнародному ринку та здобувати лояльність клієнтів;

– *цінова конкурентоспроможність*, передбачає, що підприємство повинно пропонувати конкурентні ціни на свою продукцію (послуги) порівняно з іншими учасниками ринку;

– *інновації*, що допомагає підприємству випереджати конкурентів і пропонувати нові, вдосконалені рішення для клієнтів;

– *технологічна компетентність*, дозволяє підприємству, на основі використання новітніх технологій підтримувати конкурентоспроможність та забезпечувати ефективні рішення для клієнтів;

– *логістика та постачання*, забезпечують швидку та надійну поставку продуктів на міжнародний ринок;

– *глобальна присутність*, дозволяє підприємству бути ближче до клієнтів і забезпечує локальну підтримку через наявність представництв, філій або партнерів у різних країнах.

Отже, успішна міжнародна конкурентоспроможність вимагає від підприємства комплексного підходу та постійного вдосконалення у всіх аспектах його діяльності.

Перелік використаних джерел:

1. Бестужева С. В., Решетняк Д. О. Аналіз методичних підходів щодо оцінювання міжнародної конкурентоспроможності підприємства. Економіка і

2. Стахова М. В., Малик О. В. Конкурентний потенціал як основа формування конкурентоспроможності підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Випуск №16, 2017. С. 468-473. URL: <http://global-national.in.ua/archive/16-2017/95.pdf>

Софія Крук
Західноукраїнський національний університет,
м. Тернопіль

УКРАЇНА НА СВІТОВОМУ АГРАРНОМУ РИНКУ: ВИКЛИКИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ

За останні кілька років сільське господарство пережило численні кризи, найзнаковіші з яких це пандемія COVID-19 у 2019 році, яка спочатку порушила виробництво аграрної продукції, а згодом і ланцюги поставок та незаконне та невиправдане вторгнення росії в Україну в лютому 2022 року, що сколихнуло ринки конкретних сільськогосподарських ресурсів і продукції.

На світовий аграрний ринок, поряд із наслідками війни та пандемії, вплинули і наслідки зміни клімату, які проявляються у збільшенні поширеності стихійних лих (повені, посухи, шторми тощо) та хвороб (африканська чума свиней, пташиний грип тощо).

Останніми роками Україна була важливим виробником та експортером сільськогосподарської продукції у світових масштабах, зокрема зерна та рослинної олії. За 2017-2021 рр. Україна виробила близько 4% світового виробництва пшениці, 3% кукурудзи та 6% ячменю та займала вагому частку у світовому експорті цих товарів з частками 9%, 14% та 12% відповідно (рис. 1).

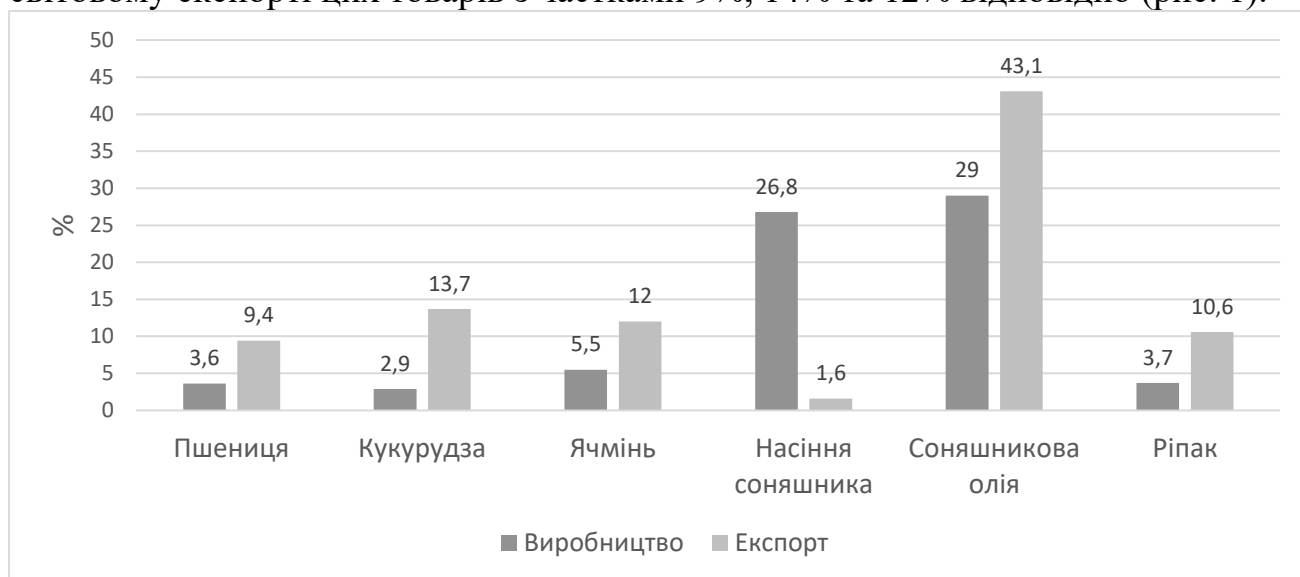


Рис. 1. Частка України у світовому виробництві та експорті деяких сільськогосподарських товарів в 2017-2021 рр., %

Примітка. Побудовано автором на основі даних FAO [1]

Важливість України була ще вищою на світових ринках деяких олійних культурах, а виробництво насіння соняшнику перевищило 25% від загального світового його виробництва. Україна була найбільшим у світі експортером соняшnikової олії, забезпечуючи понад 43% світового експорту соняшnikової олії. За даними FAO такі показники у експорті с/г товарів дозволило Україні бути у п'ятірці найбільших експортерів цих товарів.

Воєнний стан, який діє в Україні майже від початку 2022 року вплинув на всі сторони життя, в тому числі на функціонування аграрного сектору. Через російське вторгнення в Україну з 2022 року аграрний сектор, як і вся економіка, зазнав катастрофічних втрат та деформацій, зокрема загальне виробництво пшениці, кукурудзи, ячменю та соняшнику скоротилося майже на третину порівняно з п'ятирічним (2017-2021рр) середнім показником. Пошкодження інфраструктури та блокуванням портів, значно перешкоджає українському експорту цієї продукції, який, значно впав у 2022-2023 роках (рис.2).

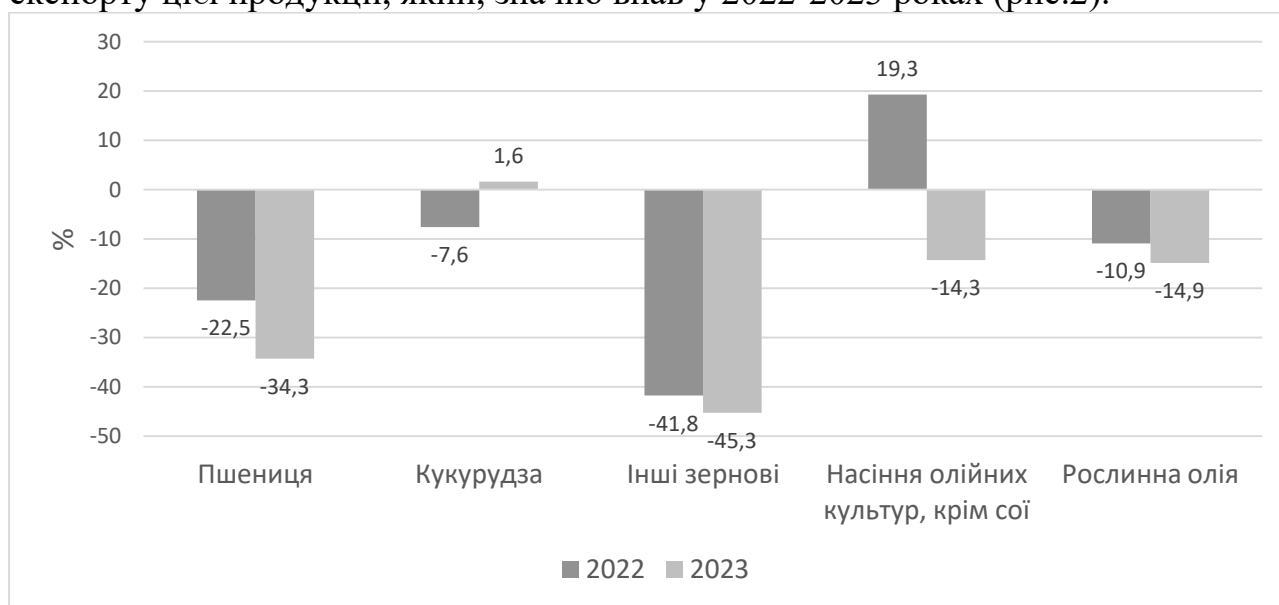


Рис. 2. Український експорт окремих сільськогосподарських товарів в 2022 та 2023 роках порівняно з показниками 2017-2022 рр, %

Примітка. Побудовано автором на основі даних FAO[1]

Через пошкодження інфраструктури у 2022 році більше насіння соняшнику було експортовано, а не перероблено всередині країни, що призвело до деякого збільшення експорту олійних порівняно з історичними середніми показниками. Варто зазначити, що такі показники скорочення експорту української аграрної продукції призвели до значного зростання цін на світовому ринку саме на зернові та олійні товари.

Загалом, аграрний сектор України з 2022 року стикнувся з низкою викликів, зокрема:

- економічні фактори, оскільки витрати на виробництво зросли, а традиційні програми підтримки призупинено;
- збої у виробництві та ланцюжку створення вартості через тимчасову окупацію, замінування сільськогосподарських земель, забруднення с/г угідь

вибуховими речовинами, а також скорочення рівня зайнятості на аграрних підприємствах;

– порушення торгівлі через закриття портів, руйнування критичної інфраструктури, переорієнтації логістики тощо

Подолання цих викликів дасть змогу відновити довоєнні і навіть нарощувати обсяги аграрного експорту. Для відновлення та розвитку експорту продовольства необхідно спрямувати зусилля на зростання зовнішніх поставок та асортименту продукції, збільшення частки продукції з високою доданою вартістю, зростання якості і відповідності міжнародним торговельним вимогам тощо.

Підтримка та відбудова аграрного сектору України має важливе значення для підтримки економічного відновлення країни та продовольчої безпеки у світі, тому одним з напрямів стабілізації і відновлення економіки України має бути формування стратегії повоєнного розвитку аграрного виробництва й експорту та визначення їхнього економічного та товарного потенціалу.

Перелік використаних джерел:

1. Production&Trade: FAOSTAT. Food and Agriculture Organization
URL:<https://www.fao.org/faostat/en/#data>.

Аліна Лепешко

Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ВЗАЄМОВІДНОСИНИ УКРАЇНИ ТА МАГАТЕ В УМОВАХ ВІЙНИ

Міжнародне агентство з атомної енергії (МАГАТЕ) є міжурядовим форумом науково-технічного співробітництва в ядерній галузі та відіграє ключову роль у світі щодо забезпечення безпеки використання ядерної енергії й контролю за розповсюдженням ядерної зброї. Україна, як країна, що має значний досвід у галузі атомної енергії, є членом цієї організації, співпрацює у багатьох аспектах та підтримує тісні взаємовідносини з нею.

Одним із напрямів співробітництва з МАГАТЕ є підтримка та підвищення безпеки ядерних енергетичних установок, включаючи атомні електростанції, дослідні реактори та інші ядерні об'єкти в Україні. МАГАТЕ активно сприяє покращенню безпеки діючих та припинених Чорнобильських реакторів, а також допомагає у забезпеченні безпечної експлуатації і утилізації ядерних матеріалів та відходів. Крім того, організація надає підтримку в розвитку ядерної енергетики в Україні, сприяючи впровадженню сучасних технологій та стандартів у цій галузі. Також МАГАТЕ активно залучає українських науковців до участі у фахових робочих групах із розробки методологічних документів в сфері використання ядерної енергії, обміну інформацією в рамках спеціалізованих баз даних, навчального процесу в рамках регіональних проектів технічного співробітництва тощо[3].

Тобто співробітництво між Україною та МАГАТЕ охоплює широкий спектр сфер, включаючи контроль за ядерними матеріалами, безпеку ядерних об'єктів, ядерний нагляд та верифікацію, ліцензування та регулювання ядерної діяльності, підтримку у виконанні міжнародних зобов'язань у галузі ядерної безпеки, а також забезпечує участь українських фахівців у міжнародних програмах з ядерної безпеки та нерозповсюдження ядерної зброї.

У цілому, співпраця України та МАГАТЕ має значний вплив на забезпечення безпеки та розвитку ядерної енергетики в Україні та у світі. Робота цих двох сторін спрямована на досягнення спільних цілей у галузі мирного використання атомної енергії та виконання міжнародних стандартів у цій сфері.

Після повномасштабного вторгнення росії в Україну, співробітництво між Україною та МАГАТЕ посилюється через загострення питання щодо безпеки ядерних установок на території України, насамперед, через військові дії й тимчасову окупацію росією території Чорнобильської АЕС, окупації Запорізької АЕС тощо.

Військові дії в Україні спричинили загрозу ядерній безпеці не тільки на території нашої країни, а й в усьому світі. Наразі Україна та МАГАТЕ продовжують співпрацювати у складних умовах військового конфлікту, спрямовуючи зусилля на забезпечення безпеки ядерних об'єктів, захист населення від радіаційних загроз та надання гуманітарної допомоги.

З початку війни Агентство організувало постачання обладнання для ядерної та фізичної ядерної безпеки в Україну загальною вартістю понад 8,5 млн євро [2].

Для контролю за ситуацією в Україні в умовах збройного протистояння і можливими загрозами безпеці ядерних установок на території держави МАГАТЕ здійснює моніторинг та оцінку ризиків ядерної безпеки в умовах конфлікту. У цьому напрямку було ухвалено рішення щодо організації роботи місій МАГАТЕ на всіх атомних електростанціях України: Рівненській, Хмельницькій, Південноукраїнській, Чорнобильській та тимчасово окупованій Запорізькій АЕС [1] для безперервного контролю та моніторингу ядерної та радіаційної безпеки електростанцій.

Особливе занепокоєння у світовій спільноті викликає нестабільний стан ядерної безпеки та захищеності на Запорізькій АЕС, зокрема через відсутність належного кваліфікованого персоналу, прогалинами у проведенні планово-попереджувальних робіт, відсутністю надійних ланцюгів постачання, вразливим станом водопостачання, зовнішнього електропостачання та встановленням протипіхотних мін у буферній зоні між внутрішнім та зовнішнім периметром установки [4].

Така ситуація сприяла прийняттю резолюції МАГАТЕ про термінове повернення ЗАЕС під повний контроль України для гарантування її безпечної та надійної експлуатації.

МАГАТЕ, будучи важливою міжнародною організацією, яка сприяє збереженню миру та безпеки шляхом контролю за ядерною зброєю та регулюванням ядерної діяльності країн-учасниць на всіх рівнях розглядає

Україну як вигідного та надійного партнера, що має суттєвий науково-технічний потенціал і володіє розвинутим ядерним промисловим циклом.

Взаємовідносини між Україною та МАГАТЕ є важливим елементом міжнародної співпраці в галузі ядерної безпеки та сприяють забезпеченню стабільності та безпеки ядерного матеріалу та технологій у регіоні та в світі

У сучасних умовах Україна співпрацює з МАГАТЕ для забезпечення безпеки своїх ядерних об'єктів та захисту від потенційних загроз внаслідок військового конфлікту.

Перелік використаних джерел:

1. Бредіхіна Г. МАГАТЕ розширює свою місію в Україні для недопущення ядерних катастроф 16.01.2023. URL: <https://www.unian.ua/economics/energetics/magate-v-ukrajini-agentstvo-rozshiryuye-misiyu-na-vsi-ukrajinski-aes-12110934.html>

2. МАГАТЕ з початку війни надало українським АЕС обладнання на 8,5 мільйона євро. Українська правда. 05.03.2024. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2024/03/5/710740/>

3. Україна – МАГАТЕ. URL: <https://vienna.mfa.gov.ua/ustanovi-oon-u-vidni/2717-ukraine-iaea>

4. У МАГАТЕ схвалили резолюцію про термінове повернення ЗАЕС під повний контроль України. Юридична газета online. 11.04. 2024. URL: <https://yur-gazeta.com/golovna/u-magate-shvalili-rezolyuciyu-pro-terminove-povernennya-zaes-pid-povniy-kontrol-ukrayini.html>

Юля Олійник

Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ВПЛИВ ВІЙНИ НА ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК МНК

Складний зв'язок між збройними конфліктами та економічною траєкторією мультинаціональних корпорацій (МНК) є багатограним явищем, яке створює як виклики, так і можливості. Війна, як руйнівна сила, може змінити ринковий ландшафт, змінити ланцюги поставок і змінити глобальну економічну рівновагу. Взаємодія між військовими діями та глобальним бізнесом є темою практичного значення. Транснаціональні корпорації, що діють через численні національні кордони, особливо чутливі до збоїв і можливостей, створених збройними конфліктами. Розуміння цих впливів має вирішальне значення для корпоративної стратегії та міжнародної економічної політики.

Війна має безпосередній вплив на розвиток МНК. Зокрема:

1. Порушення ланцюгів поставок: війна часто порушує процес транспортування та виробництва, впливаючи на надійність ланцюгів постачання МНК.

2. Ринкова невизначеність: конфлікти призводять до нестабільності ринку, впливаючи на інвестиційні та цінові стратегії МНК.

3. Операційні витрати: збільшення страхових премій і витрат на безпеку в зонах бойових дій безпосередньо впливає на фінансовий результат МНК [1].

З метою уникнення або ж зниження ризиків МНК часто застосовують стратегічні відповіді на військові виклики:

1. Диверсифікація: МНК часто диверсифікують свої ринки та ланцюжки поставок, щоб зменшити ризики, пов'язані з конфліктами.

2. Інновації в управлінні ризиками: зони бойових дій вимагають інноваційних підходів до оцінки та управління ризиками.

3. Корпоративна дипломатія: ТНК залучаються до високого рівня дипломатії, щоб орієнтуватися в політичних складнощах у постраждалих від війни регіонах [2].

Однак, при правильному функціонуванні мультинаціональні корпорації отримують і можливості для свого розвитку:

1. Відкриття ринків: війни можуть призвести до відкриття ринків і ресурсів, на яких спритні МНК можуть скористатися.

2. Стратегічне партнерство: конфлікти іноді сприяють створенню унікальних партнерств, зокрема з урядами та іншими корпораціями [3].

Дослідження впливу війни на економічний розвиток мультинаціональних корпорацій розкриває складну мережу проблем і адаптацій. Хоч війна і створює значні ризики, включаючи порушення ланцюга поставок, нестабільність ринку та збільшення операційних витрат, вона також відкриває нові шляхи для стратегічного зростання та розвитку для МНК. Корпорації часто адаптуються, диверсифікуючи свої ринки, впроваджуючи інновації в стратегії управління ризиками та використовуючи нові форми дипломатії та переговорів.

Перелік використаних джерел:

1. Geopolitical Risks and the International Business Environment: Challenges for Transnational Corporations and their Global Supply-Chain. *Journal of Political Risk*, Vol. 4, No. 6, June 2016. URL: <https://www.jpolorisk.com/geopolitical-risks-and-the-international-business-environment-challenges-for-transnational-corporations-and-their-global-supply-chain/>

2. Impact of war in Ukraine on annual reports of European listed companies. 2023. URL: <https://mab-online.nl/article/112912/3>. Companies Are Feeling the Business Impact of Conflict in the Middle East. 2024. URL: <https://www.investopedia.com/companies-are-feeling-the-business-impact-of-conflict-in-the-middle-east-8567767>

3. Responsible business conduct implications of Russia's invasion of Ukraine. 2023. URL: <https://www.oecd.org/ukraine-hub/policy-responses/responsible-business-conduct-implications-of-russia-s-invasion-of-ukraine-f222a4d1/>

Михайло Данько
PhD студент,
Західноукраїнський національний університет,
м. Тернопіль
Науковий керівник:
доктор економічних наук, професор Зварич Р.Є.

ВЕКТОРИ ІНТЕГРАЦІЇ АГРОПРОДОВОЛЬЧОГО РИНКУ УКРАЇНИ В ЄС

Інтеграція агропродовольчого ринку України в Європейський Союз (ЄС) є складним процесом, який включає в себе багато аспектів, від регулятивної гармонізації до адаптації до спільної аграрної політики ЄС. Ось деякі ключові моменти, які варто врахувати:

1. Регулятивна гармонізація: Вступ України до ЄС вимагатиме повної адаптації українського законодавства до правової системи Євросоюзу. Це означає імплементацію норм та правил ЄС, особливо у сферах санітарних та фітосанітарних заходів¹.

2. Торгівельне співробітництво: Інтеграція передбачає збільшення обсягів експорту агропродовольчої продукції до країн ЄС, що може включати продукцію з високою доданою вартістю¹.

3. Технологічний обмін: Впровадження європейських технологій у виробництво сприятиме підвищенню якості та конкурентоспроможності української продукції².

4. Спільна аграрна політика: Українським аграріям важливо звернути увагу на документ "Спільна аграрна політика" ЄС, який визначає політики та дії у галузі сільського господарства та тваринництва¹.

5. Виклики та пріоритети: Інтеграція ставить перед Україною виклики, такі як необхідність відповідати високим європейським стандартам, конкуренція на європейському ринку, а також адаптація до змін у сфері сільського господарства [2].

Ці аспекти є лише частиною широкого спектру питань, пов'язаних з інтеграцією агропродовольчого ринку України в ЄС. Для більш глибокого розуміння теми, важливо провести детальний аналіз кожного з цих пунктів, враховуючи останні дані та розвиток подій. Шлях вступу України до ЄС є складним і багатоетапним процесом, який включає в себе низку реформ у різних сферах для відповідності європейським стандартам та нормам. Особливо це стосуватиметься аграрного сектору. Взагалі аграрний сектор важливий для кожної країни, оскільки забезпечує внутрішню продовольчу безпеку, робочі місця та розвиток сільських територій. Проте у випадку з Україною даний сектор нашої економіки є ВВП та експортно генеруючим «локомотивом» в найтяжчі економічні часи, і до того ж впливає на світову продовольчу безпеку, а тому перехід має бути плавним та продуманим.

Якщо говорити безпосередньо про стандарти ЄС, перехід українського АПК потребуватиме комплексних змін. Основні напрямки, за якими

відбуватиметься адаптація: Законодавство та регуляторна база. Українські закони та нормативні акти, що регулюють роботу сектору, мають відповідати європейським стандартам з якості, безпечності харчових продуктів, тваринництва, охорони навколишнього середовища тощо. Ми вже давно на цьому шляху, ще починаючи з процесу адаптації законодавства згідно з Угодою про асоціацію між Україною та ЄС.

Якість та безпечність харчових продуктів. Сюди ж можна додати питання сталості виробництва. Українська система контролю та забезпечення якості харчової продукції дещо відрізняється від європейської: в ЄС уже давно працює система From Farm to Fork (український відповідник був би «від лану до столу») — стратегічна ініціатива ЄС щодо покращення якості, сталості та безпечності харчової продукції. Ця система дає змогу краще контролювати якість продукції по всьому ланцюгу її виробництва, сприяє впровадженню більш «зелених» методів виробництва, покращенню інформування споживачів тощо. Відповідно, наша внутрішня система, яка в деяких моментах навіть більш сувора, ніж європейська, все ж має бути оновлена відповідно до діючих систем у ЄС.

Соціальні та екологічні стандарти. Останні в цьому переліку, але не останні за важливістю, соціальні та екологічні стандарти, що працюють у ЄС та стосуються питань охорони праці, стандартів тваринного добробуту, використання пестицидів та інших агрохімікатів тощо.

Реалістичність перехідних процесів залежить від багатьох факторів — як дотримання визначених та погоджених під час переговорів з ЄС планів переходу, так і докладених зусиль українського уряду, аграрних підприємств та суспільства в цілому. Окрім часу, такий перехід вимагатиме значних зусиль та інвестицій. Звісно, що наразі питання інвестицій програє загальному виклику вижити та відновитись після закінчення війни. Водночас поступове запровадження європейських норм та стандартів у виробництво, навпаки, сприятиме стабільному післявоєнному відновленню сектору та у результаті призведе до збільшення його конкурентоспроможності.

Проте однозначно наразі можна сказати, що для того, аби пережити євроінтеграцію, українські аграрії насамперед мають пережити війну. Приєднання до ЄС має бути для українського АПК додатковим поштовхом не просто до відбудови, а до суттєвої модернізації та покращення всіх сфер виробництва. Разом із більш жорсткою конкуренцією з боку аграрного сектору Євросоюзу, євроінтеграція також принесе для українських аграріїв можливість розширити ринки збуту, доступ до нових досліджень, технологій та інвестицій. Підготовка до євроінтеграції потребує часу, зусиль та відповідального підходу. Успішна інтеграція може принести багато переваг для українського аграрного сектору — не просто відновити, а дійсно модернізувати його та створити нові можливості для розвитку.

Перелік використаних джерел:

1. Потаєва О. Що очікувати аграріям через інтеграцію України до ЄС. AgroTimes. 2023. URL: <https://agrotimes.ua/agromarket/shho-ochikuvatyu-agrariyam-cherez-integracziyu-ukrayiny-do-yes/>.

2. Сенів А., Гуменюк В. Особливості участі українських агропродовольчих підприємств в інтеграційних процесах. *Причорноморські економічні студії*. Вип. 66. 2021. URL: http://bses.in.ua/journals/2021/66_2021/10.pdf.

3. Акуленко Л. Інтеграція України до ЄС: що очікувати аграріям? *AgroReview*. 2023. URL: <https://agroreview.com/content/integracziya-ukrayiny-do-yes-shho-ochikuvaty-agrariyam/>.

Ярослав Лісняк
PhD студент,
Західноукраїнський національний університет,
м. Тернопіль
Науковий керівник:
доктор економічних наук, професор Зварич Р.Є.

НАЦІОНАЛЬНА КОНЦЕПЦІЯ ТРЕЙД МАРКЕТИНГУ ДЛЯ УКРАЇНИ У КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Для України 2022 став роком кардинальних змін, пов'язаних з повномасштабним вторгненням Російської Федерації. Українська економіка зазнала значних втрат, обсяг ВВП країни зменшився на понад 30%. Експорт товарів, за даними Держмитслужби, скоротився на 35% – до \$44,2 млрд.

Незважаючи на загальне падіння експортних показників, обсяг експорту з України до ЄС продовжує зростати. За попередніми оцінками Мінекономіки, згідно з методологією торгового балансу, експорт товарів до Євросоюзу в 2022 році збільшився на 4,2% порівняно з 2021 роком і досягнув \$28 млрд. Це становить понад 63% від усього товарного експорту України. Зростання експорту до ЄС в умовах війни пояснюється декількома факторами:

- Переорієнтація експортних потоків: після блокування морських портів та зупинки авіасполучення з іншими регіонами світу Євросоюз став для України ключовим напрямком експорту та транзиту.

- Підтримка з боку ЄС: Європейський Союз надав Україні значну політичну, економічну та фінансову допомогу, що сприяло підтримці ділової активності та експортного потенціалу.

- Євроінтеграційні зусилля: Угода про асоціацію між Україною та ЄС, а саме Поглиблена та Всеохоплююча Зона Вільної Торгівлі (ПВЗВТ), відкрила шлях до суттєвого поліпшення умов торгівлі.

ПВЗВТ передбачає поетапне зменшення митних бар'єрів для більшості українських товарів, що стимулює експортну діяльність. Крім того, угода сприяє:

- Зниженню технічних бар'єрів: шляхом гармонізації українського законодавства з європейськими стандартами та покращення вітчизняних стандартів виробництва.

- Підвищенню конкурентоспроможності українських товарів: на європейському ринку.

Угода про асоціацію між Україною та ЄС, зокрема ПВЗВТ, відіграла важливу роль у підтримці експортного потенціалу України в умовах повномасштабної війни. Зростання експорту до ЄС свідчить про стійкість української економіки та її євроінтеграційні прагнення та відкриває нові можливості для українського бізнесу.

Інтеграція України до Європейського Союзу (ЄС) створює значні виклики та можливості для економічного розвитку країни. Зокрема важливими стають методи та способи взаємодії і просування українських компаній та продукції на європейських ринках, які потребують розробки комплексної національної концепції трейд маркетингу. Така концепція дозволить найефективніше скористатися новими можливостями та підвищити свою конкурентоспроможність не тільки на європейському але і на світовому ринку.

Євроінтеграція є важливим фактором, який впливає на розвиток трейд-маркетингу в Україні. З одного боку, вона створює нові можливості для українських компаній, які прагнуть вийти на європейський ринок. З іншого боку, євроінтеграція вимагає від українських компаній адаптації своїх трейд-маркетингових стратегій до європейських норм і стандартів.

Національна концепція трейд-маркетингу в умовах євроінтеграції повинна відповідати наступним вимогам:

- Вона повинна бути спрямована на підвищення конкурентоспроможності українських компаній на європейському ринку;
- Вона повинна враховувати європейські норми і стандарти в сфері трейд-маркетингу;
- Вона повинна бути адаптована до особливостей українського ринку.

Основними напрямками розвитку національної концепції трейд-маркетингу в умовах євроінтеграції є:

- Розробка нових методів просування з використанням сучасних інструментів і технологій трейд-маркетингу, які відповідають європейським стандартам;
- Підвищення кваліфікації фахівців у сфері трейд-маркетингу;
- Співпраця українських компаній з європейськими партнерами в сфері трейд-маркетингу.

В умовах євроінтеграції національна концепція трейд-маркетингу стає важливим інструментом для підвищення конкурентоспроможності українських компаній на європейському ринку. Її реалізація буде сприяти зростанню українського експорту до ЄС та зміцненню економічних зв'язків з європейськими партнерами.

Перелік використаних джерел:

1. European Union – Market Entry Strategy. URL: <https://www.privacyshield.gov/ps/article?id=European-union-Market-Entry-Strategy>
2. Marketing strategies in the EU macro-regions: Cultural Routes and marketing of the macro-regional strategies. URL: <https://rm.coe.int/routes4u-elearning-manual-5/>

3. Експорт до “С за попередніми підсумками 2022 року зріс на 4,2%. URL: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=f424374e-3ebe-49a3-b84b-1191daa10a6b&title=EksportDosZa>

4. Головний ринок. Як розвивається і зростає український експорт в ЄС. URL: <https://forbes.ua/company/golovniy-rinok-yak-rozvivaetsya-i-zrostaе-ukrainskiy-eksport-v-es-02032023-12061>

Ольга Масна
PhD студентка,
Західноукраїнський національний університет,
м. Тернопіль
Науковий керівник:
доктор економічних наук, професор Зварич Р.Є.

ЗНАЧЕННЯ ЗЕЛЕНИХ ФІНАНСІВ ДЛЯ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Згідно з міжнародними угодами, Україна зобов’язується побудувати зелену економіку. Проте реалізація цього завдання потребує не лише проведення необхідних реформ на рівні реальної економіки, а й фундаментальної перебудови фінансової системи. На сьогоднішній день досить актуальним є вивчення тенденцій модернізації світової фінансової системи за рахунок створення, розвитку та запровадження концепцій її екологізації. Таким чином постає проблема в розвитку «зелених фінансів» з метою удосконалення фінансової системи та забезпечення сталого розвитку економіки України.

Одним із перших кроків у формуванні концепції зелених фінансів можна вважати розвиток принципів «екологічної економіки» та «сталого розвитку», які були представлені в роботах таких вчених, як Сільвіо Фада та Барбара Ворзель. Вони наголосили на потребі інтеграції економічних та екологічних аспектів у фінансові рішення.

Ще один важливий вчений – американський економіст Річард Сандерс. Його робота у сфері вуглецевих кредитів та вуглецевого ринку мала значний вплив на розвиток механізмів стимулювання екологічної діяльності.

Згодом, у 1980-х та 1990-х роках, такі міжнародні організації, як ООН та Всесвітній банк, почали активно досліджувати та пропагувати ідею зелених інвестицій та сталого фінансування, спрямованого на захист навколишнього середовища.

Таким чином, концепція «зелених фінансів» є результатом колективних зусиль багатьох вчених, експертів та міжнародних організацій, які працювали над розробкою інноваційних фінансових механізмів для досягнення екологічних та сталих цілей.

«Зелені фінанси» передбачають широкий спектр фінансових засобів та інструментів для технологій, проектних робіт та галузей в цілому, що мають екологічне спрямування. «Зелені фінанси» є сукупністю фінансових продуктів і

послуг, розробка і реалізація яких спрямована на зниження ризику екологічного і кліматичного розвитку. Сюди можна віднести фінансування програм та проектів щодо збалансованого природокористування, виробництво екологічних товарів і послуг, розвиток технології низьковуглецевого виробництва та відповідне зниження викидів у атмосферу парникових газів [1].

Доцільно зауважити, що загальнодержавна програма адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу визначає методи досягнення Україною критеріїв набуття членства в ЄС та розвиток у провідних сферах. Саме невиконання імплементації вимог і уповільнює інтеграцію України до Європейського Союзу. Відповідно також одним із завдань G20 у їх стратегічній меті економічного зростання є розширення сфери застосування «зеленого фінансування». З цією метою створено Дослідницьку групу зелених фінансів GFSG (Green Finance Study Group), метою якої є вироблення варіантів вирішення цієї проблеми.

GFSG наводить своє трактування «зелених» фінансів. Вони розглядаються як фінансування інвестицій, які мають екологічні переваги у досягненні сталого розвитку, наприклад скорочення рівня забрудненості природних ресурсів, скорочення викидів в атмосферу парникових газів, зростання ефективності використання енергії, полегшення адаптації до кліматичних змін [1].

Одним із ключових кроків у впровадженні зелених фінансів – це створення стимулів для інвесторів та фінансових установ для спрямування капіталу у зелені проекти. Це може включати в себе встановлення податкових пільг, нормативних вимог до фінансової звітності зелених інвесторів, випуск зелених облігацій або ж створення спеціалізованих інвестиційних фондів.

Зелені фінанси також передбачають розвиток механізмів оцінки сталості та екологічної ефективності проектів, а також моніторингу їхнього впливу на довкілля. Це допомагає інвесторам та фінансовим установам приймати обґрунтовані рішення та забезпечувати відкритість та прозорість у сфері зелених інвестицій.

Україна, як і багато інших країн, стикається з рядом викликів у сфері енергетики, таких як недостатність ефективних механізмів торгівлі енергією, складність управління енергетичними ресурсами та нестабільність енергетичного ринку. Використання технології *блокчейн* для створення децентралізованої торгівельної платформи, подібної до Enerchain (проект, який об'єднує лідируючих виробників електроенергії та її споживачів у таких країнах як Німеччина, Франція, Австрія (ENGIE, OMV, E-On ін.) [2]), спроможно полегшити управління мережею фінансових трансакцій паливно-енергетичної сфери, яка в свою чергу продукує збільшення частки «зеленої енергії» і допомагає здійснити купівлю - продаж без посередників. Можливість прозорих, безпечних та ефективних торгівельних операцій на енергетичному ринку за допомогою технології *блокчейн* може сприяти підвищенню конкурентоспроможності та стабільності енергетичного сектору України.

Отже, розвиток зелених фінансів є важливим кроком для України у забезпеченні сталого та екологічно стійкого розвитку, в утриманні країни на шляху до «зеленої економіки», а різноманітні механізми екологічного

фінансування можуть сприяти зростанню екологічної свідомості, зменшенню викидів забруднюючих речовин та підвищенню стійкості економіки України до змін клімату та інших екологічних викликів.

Перелік використаних джерел:

1. Вплив «зелених фінансів» на економічні, соціальні та екологічні наслідки: виклики сьогодення. URL: http://n-auditor.com.ua/ru/component/na_archive/1490.html?view=material
2. Зелена економіка та зелені фінанси – больові точки для України. URL: <https://delo.ua/business/zelena-ekonomika-ta-zeleni-finansi-bolovi-tochki-346686/>
3. Сундук А. Аналіз змістовних характеристик фінансово-економічного регулювання у сфері природокористування. Економіст. 2017. № 12. С. 31–34.

Назар Вівчарик
PhD студент,
Західноукраїнський національний університет,
м. Тернопіль
Науковий керівник:
доктор економічних наук, професор Зварич Р.Є.

ЗЕЛЕНА ЛОГІСТИКА ЯК ІНСТРУМЕНТ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Логістика, як ключова складова ланцюга постачання, відіграє важливу роль у світовій економіці. Проте вона також одне із найбільших джерел забруднення повітря. За даними Світового банку, транспорт відповідає за близько 25% загальних викидів парникових газів у світі.

Щоб уникнути подальших негативних впливів на клімат та забезпечити сталість навколишнього середовища, була розроблена світова стратегія зменшення викидів CO₂ до 2050 року. Ця стратегія охоплює різні види транспорту, включаючи автомобільний, морський та авіаційний.

Що було зроблено та планується впровадити в логістиці для зменшення викидів CO₂

З 2023 року впроваджується вуглецевий збір із морських перевізників. Плата становить 2 долари з кожної тонни спожитого мазуту. Ініціатива здійснюється за підтримки Міжнародної морської організації (ІМО) — структури ООН, яка є глобальним регулятором судноплавства.

З метою скорочення викидів CO₂ і зменшення вуглецевого сліду в морському секторі, Рада ЄС прийняла морську ініціативу FuelEU. Остання спрямована на збільшення використання відновлюваного та низьковуглецевого палива у морському секторі в Євросоюзі. Нові правила будуть застосовуватися з 2025 року і сприятимуть переходу до більш екологічно чистих технологій у морському транспорті.

Також 2027 року Рада Міжнародної організації цивільної авіації (ІСАО) планує стягувати плату за викиди CO₂ з авіаперевізників, якщо їхні викиди перевищують показники 2019 року.

Проекти для виробництва метанолу та перехід до екологічно чистого палива.

Зелена логістика передбачає використання екологічно стійких практик у транспортуванні та розподілі товарів з акцентом на зменшенні викидів вуглецю, мінімізації відходів, оптимізації маршрутів та використанні екологічно чистих технологій і видів палива.

Світові логістичні провайдери, такі як GEFSCO, вже впроваджують стратегії зі скорочення викидів під час транспортування товарів. Наприклад, GEFSCO зобов'язалися скоротити викиди CO₂ на 30% з 2021 по 2030 рік, використовуючи екологічні види палива, такі як скраплений газ, водень, біодизель та електрика. Вони також вдосконалили інфраструктуру для зберігання електричних автомобілів та планують розширити водневу логістику.

Данська нафтогазова компанія Ørsted розпочала реалізацію проекту FlagshipONE з будівництва заводу з виробництва метанолу. Цей проєкт був розроблений шведською компанією Liquid Wind, що спеціалізується на е-пальному, яке є екологічно чистим і виробляється за допомогою відновлюваної електроенергії. Виробництво е-метанолу розпочнеться у 2025 році, і на рік цього палива вироблятиметься 50 тис. тонн.

До речі, до використання екологічно чистого палива — метанолу зараз переходить багато світових компаній. Наприклад, французький перевізник CMA CGM планує будівництво метанолових контейнеровозів, а компанія Maersk запустила перший у світі контейнеровоз, який працює на метанолі. В планах виготовлення ще більшої кількості таких суден.

Як перехід до зеленої логістики вплине на вартість логістичних послуг: -По-перше, зростання вартості пального відображається на витратах транспортних компаній, що може призвести до збільшення цін на логістичні послуги. Підвищення вартості пального стимулює логістичні компанії до пошуку більш ефективних та екологічно чистих рішень для своїх операцій.

По-друге, масовий перехід до «зелених» автомобілів, які зазвичай коштують дорожче традиційних, також може вплинути на підвищення вартості логістичних послуг. Хоча «зелені» автомобілі мають менший вуглецевий слід та сприяють зменшенню забруднення повітря, їхня ціна може відобразитися на загальних витратах на логістику.

У підсумку, хоча зелена логістика має численні переваги для навколишнього середовища та сталості, споживачам слід бути готовими до можливого зростання вартості логістичних послуг найближчим часом.

Перелік використаних джерел:

1. -Utec Logistics. <https://utec.ua>
2. -Cargofy. <https://cargofy.ua/uk>

GLOBAL INEQUALITY: CONSEQUENCES OF WAR

The impact of the war in Ukraine on global economic inequality is a multifaceted issue, encompassing several dimensions including geopolitical shifts, supply chain disruptions, energy prices, and agricultural outputs and others. Prior to the conflict, many EU countries were heavily reliant on Russian energy imports, particularly natural gas. This dependence varied across the bloc, with Eastern European countries generally more reliant than their Western counterparts.

The war and ensuing sanctions against Russia disrupted these energy supplies, leading to soaring energy prices. The impact is twofold:

National Level: Countries more dependent on Russian energy, like Germany and Italy, faced greater economic strain, potentially widening economic disparities within the EU.

Increased energy costs disproportionately affect lower-income households, which spend a larger share of their income on utilities, exacerbating income inequality within individual member states.

Also agricultural issues were influenced by war. Ukraine is a major exporter of agricultural products, notably grains and vegetable oils, to many EU countries. The war's disruption of Ukrainian exports led to increased food prices. This again has a disproportionate effect on lower-income households, aggravating income inequality both within and across EU member states. Countries with less diversified food import sources or weaker economic resilience are more severely affected.

The conflict has caused a significant influx of Ukrainian refugees into the EU. While the EU has shown solidarity in welcoming refugees, this sudden increase in population can have short- and long-term economic impacts.

The integration of refugees into labor markets presents both challenges and opportunities. While it can lead to increased labor competition in certain sectors, potentially affecting low-wage workers, the proper integration can also contribute positively to economies.

The EU has responded with various fiscal measures to mitigate the economic impact of the war, including support packages for energy and food security.

The efficiency of these measures can vary across member states, depending on their fiscal capacity and the severity of the impact they face. This could lead to diverging economic recoveries within the EU, potentially widening economic disparities.

In conclusion, the war in Ukraine presents significant challenges to economic equality within the European Union. Its impacts are varied and complex, affecting member states and their populations in differing degrees. Addressing these challenges requires a nuanced understanding of the diverse economic landscapes within the EU and a coordinated, inclusive policy response.

References:

1. Поглиблення нерівності в доходах населення в умовах збройної агресії проти України. 2023. URL: <https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/pohlyblennya-nerivnosti-v-dokhodakh-naselennya-v-umovakh-zbroynoyi>
2. Оцінка впливу війни на людей. 2023. <https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2023-09/undp-ua-hia-ukr-2.pdf>
3. The long-lasting economic shock of war. International monetary fund. URL: <https://www.imf.org/en/Publications/fandd/issues/2022/03/the-long-lasting-economic-shock-of-war>
4. Economic impact of Russia's war on Ukraine: European Council response. 2024. URL: [https://www.europarl.europa.eu/regdata/etudes/BRIE/2024/757783/EPRS_BRI\(2024\)_757783_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/regdata/etudes/BRIE/2024/757783/EPRS_BRI(2024)_757783_EN.pdf)
5. Implications of the war in Ukraine for the global economy. Equitable growth, finance and institutions policy note. 2022. URL: <https://thedocs.worldbank.org/en/doc/5d903e848db1d1b83e0ec8f744e55570-0350012021/related/Implications-of-the-War-in-Ukraine-for-the-Global-Economy.pdf>

Yuliia-Mariia Horbal, Tetiana Toman
West Ukrainian National University
Ternopil

FINANSIAL STABILITY AND ITS ROLE IN ENSURING ECONOMIC GROWTH

The purpose of the article is to study the concept of financial stability, its importance for economic growth, and to identify the key factors that contribute to its achievement. The article also aims to analyze the challenges faced by financial sector regulators in maintaining financial stability and to propose possible solutions to overcome them.

Financial stability is the state of the financial system in which it is able to properly perform its main functions, such as financial intermediation and making payments, as well as withstand crisis phenomena. A stable financial system guarantees the uninterrupted operation of financial institutions, markets and infrastructure, which are vital for supporting investment, lending, international trade and overall economic development.

One of the key factors of financial stability is a healthy banking system. Banks play a central role in financial intermediation, distributing savings from lenders to borrowers. Problems in the banking sector, such as poor asset quality, capitalization or illiquidity, can have serious consequences for the economy. Therefore, financial regulators should carefully monitor the performance of banks and take timely measures to maintain the stability of banks.

In addition, financial stability is closely related to the normal functioning of capital markets. Efficient, liquid markets for stocks, bonds and derivatives provide companies with alternative sources of financing and facilitate risk sharing. However, excessive volatility and speculation in these markets can threaten financial stability, especially if they undermine investor confidence.

Another important aspect of financial stability is the regulation of non-bank financial institutions such as insurance companies, pension funds and hedge funds. These institutions may pose systemic risks due to their investment strategies, high levels of leverage or cross-industry correlations. Proper supervision of these institutions is necessary to ensure the stability of the entire financial system.

In addition to internal factors, financial stability is largely dependent on external conditions, such as global economic conditions, capital flows and geopolitical instability. For example, sudden changes in commodity prices can have a significant impact on the economies of commodity-exporting countries and lead to financial instability. Similarly, unpredictable changes in the monetary policy of the world's leading economies can cause significant upheavals in financial markets.

Regulators must take comprehensive measures to ensure financial stability. First, prudential regulation and supervision of financial institutions must be strengthened to ensure their resilience to shocks and proper risk management. Second, effective macro prudential instruments, such as countercyclical capital buffers and leverage limits, should be implemented to mitigate systemic risks and cyclical fluctuations in financial markets.

In addition, regulators should promote effective bankruptcy resolution and debt restructuring mechanisms to minimize systemic risks when large financial institutions fail. It is also important to ensure appropriate transparency and disclosure in financial markets to maintain investor confidence and prevent panic.

Finally, international coordination and cooperation between regulators in different jurisdictions is critical to effectively manage cross-border risks and prevent the spread of financial instability. Organizations such as the Financial Stability Board (FSB) and the Basel Committee on Banking Supervision (BCBS) play an important role in setting global standards and principles for financial sector supervision.

Conclusion. Financial stability is a key factor in the economic growth and prosperity of any country. Its implementation requires complex control, international coordination and other measures, as well as an unchanging financial system that will guarantee constant financing of investments and trade.

References:

1. Що таке фінансова стабільність, та як центральні банки можуть її забезпечувати. URL: https://expla.bank.gov.ua/expla/news_0026.html
2. Журнал «Ефективна економіка» - наукове фахове видання з питань економіки. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2020/209.pdf

GRANTS AND CREDIT HOLIDAYS: HOW UKRAINE AND OTHER COUNTRIES SUPPORT SMALL AND MEDIUM BUSINESSES

Since the Russian incursion, Ukraine has introduced specific economic measures to assist small and medium enterprises (SMEs) that have sustained losses and damages. Such measures comprise financial assistance and tax relief. The Government has allocated UAH 100 billion in subsidies to partially reimburse the losses of small businesses hit by the conflict. [1] The compensation levels depend on the magnitude of the documented losses and the location of the businesses. Firms in cities close to the frontlines and occupied territories receive the most substantial grant rates per reported damages. The grant programme has already provided benefits to over 530,000 business owners, with more than UAH 55 billion payouts.

Several measures have been taken to mitigate the financial impact of the crisis in Ukraine:

- **Business Support:** The Ukrainian Government has implemented various measures to support businesses during the crisis.
- **Monetary Regulations:** Monetary regulations have been implemented to maintain economic stability.
- **Labor Support:** Measures have been taken to support the labor market and protect jobs.
- **Banking and Financial Stability:** The National Bank of Ukraine has taken several anti-crisis measures to maintain banking and financial stability.
- **Foreign Financial Assistance:** Ukraine has secured substantial foreign financial assistance, including emergency financing of \$1.4 billion under the IMF's Rapid Financing Instrument.[2,3,7]

These measures, along with the credit holiday, are part of a broader strategy to manage the economic impact of the crisis and ensure financial stability. The scope and budget allocation of these small business assistance programmes indicates the Government's pledge to support this pivotal sector of the economy, notwithstanding wartime adversity. According to experts, the grants and credit holidays have significantly aided in stabilizing market activity and averting large-scale bankruptcies up to the present. [3,5]

Necessary to add that the Ukrainian Government started a program called "Є-Робота". The Government launched the "Є-Робота" project in July 2022 to support businesses and stimulate job creation. It includes several grant programmes. These include microgrants for starting or developing a business, grants for creating and developing processing enterprises, and grants for planting a garden, viticulture, and greenhouse. Both existing entrepreneurs and people without business experience can apply for a grant. Applications are submitted through the Diia portal along with a business plan. A prerequisite for receiving a grant is the creation of new jobs - from 1-2 in the case of a microgrant to several dozen in the case of grants under other

programmes. The grant funds are returned to the state through taxes and fees paid over three years during the company's operations. [8] Also, national banks such as PrivatBank and Oschadbank have introduced credit holidays to ease the financial burden on their customers during difficult times. [9] PrivatBank has extended credit holidays on all its credit cards until 1 June 2022. [10] This means that the bank will not penalize customers for late payments. Oschadbank, on the other hand, introduced credit holidays for small and medium-sized enterprises (SMEs) to ease their financial burden. This involves deferring the payment of the loan capital for up to three months.

The Ministry of Foreign Affairs has also contributed to supporting Ukraine. Multiple countries have provided aid to Ukraine, with the designated funds intended to assist in relief efforts, including targeted business grants. For instance, Japan granted aid through "the Programme for Emergency Recovery Phase 2".[3,4] The National Bank of Ukraine (NBU) has played a vital role in maintaining financial stability in Kyiv by investing £373 million (¥53.072 billion). [6] It generates and shares crucial economic and financial information for monetary policy decision-making and compliance monitoring.

These measures, alongside various other initiatives like business support, monetary regulations, and foreign financial assistance, form part of a broader strategy to manage the economic impact of the crisis and guarantee financial stability. Moreover, efforts to provide labor support have also contributed to this progress. The effectiveness of these initiatives can be observed in the stabilization of market activity and the prevention of significant bankruptcies. The resilience and adaptability displayed by the Ukrainian economy during times of adversity is a testimony to the effectiveness of these measures. Nevertheless, the journey towards recovery is long, and consistent support for SMEs is imperative to guarantee the Ukrainian economy's long-term stability and growth.

References:

1. Grants for small businesses in Ukraine. Program overview – 2023. URL: <https://prihodko.com.ua/en/media/media/article/grants-for-small-businesses-in-ukraine-program-overview-2023/>
2. UNIC grant support program for Ukrainian medium and small businesses (SMEs). URL:<https://eu4business.org.ua/en/news/unic-grant-support-program-for-ukrainian-medium-and-small-businesses-smes/>
3. IMF Executive Board Approves US\$ 1.3 Billion in Emergency Financing Support to Ukraine. Press release. NO. 22/343. URL:<https://www.imf.org/en/News/Articles/2022/10/07/pr22343-imf-approves-emergency-financing-support-to-ukraine>
4. IMF Executive Board Approves US\$15.6 Billion under a New Extended Fund Facility (EFF) Arrangement for Ukraine as part of a US\$115 Billion Overall Support Package. Press release. NO. 23/101. URL: <https://www.imf.org/en/News/Articles/2023/03/31/pr23101-ukraine-imf-executive-board-approves-usd-billion-new-eff-part-of-overall-support-package>
5. Guidance for Making Grants to Support Ukraine. URL: <https://cof.org/content/guidance-making-grants-support-ukraine>

6. Additional Assistance for Recovery and Reconstruction in Ukraine. URL: https://www.mofa.go.jp/press/release/press1e_000403.html

7. Benefits for Ukrainian Humanitarian Parolees. Fact sheet. URL: <https://www.acf.hhs.gov/orr/fact-sheet/benefits-ukrainian-humanitarian-parolees>

8. Єробота: українці отримали понад 4 000 грантів від держави на розвиток бізнесу. URL: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=ffb7f231-4a2c-4c9a-92dc-5e76374e3678&title=Robota-UkraintsiOtrimaliPonad4>

9. Працюємо в умовах воєнного стану – разом з підприємцями тримаємо фінансовий фронт. URL: <https://www.oschadbank.ua/biznes-klientam-2#credit>

10. Кредитні канікули за кредитними картками ПриватБанку діють до 1 червня 2022 року. URL: <https://privatbank.ua/news/2022/4/5/1607>

СЕКЦІЯ 3. МІЖНАРОДНЕ СЕРЕДОВИЩЕ БІЗНЕСУ ТА МАРКЕТИНГУ

Тетяна Длугопольська

Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

СТРАТЕГІЯ ІНВЕСТУВАННЯ В ДЕКАРБОНІЗАЦІЮ: ДОСВІД КРАЇН ЄС

Більшість компаній в ЄС, за даними Emissions Trading System, розпочали свою стратегію декарбонізації ще до 2020 р. (рис. 1). Більшість європейських компаній зосереджені на досягненні цілей максимальної декарбонізації до 2030 р. [1].

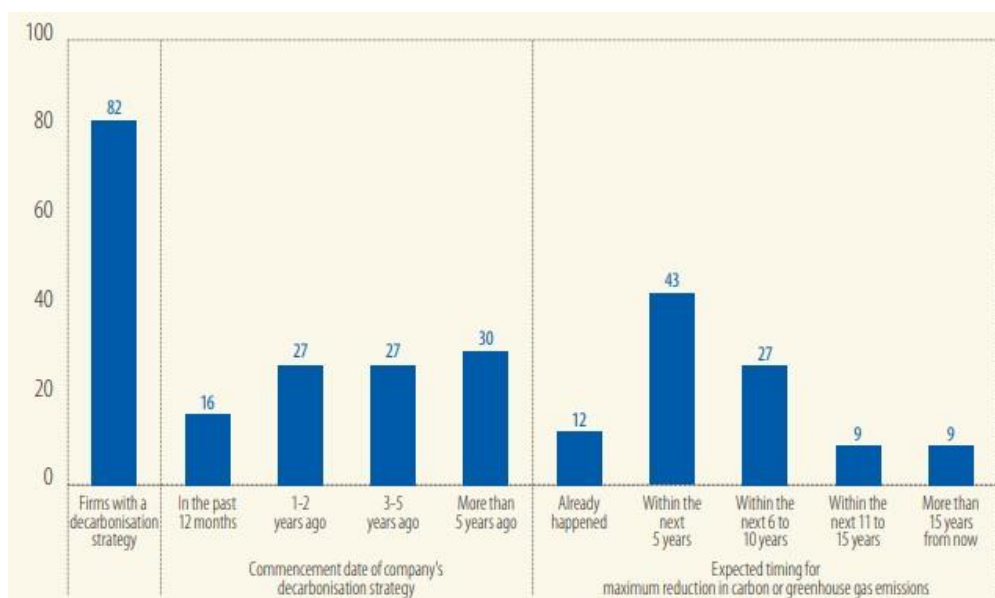


Рис. 1. Вплив стратегії декарбонізації на компанії, охоплені Emissions Trading System (% компаній) [1, с. 209]

Серед компаній-аутсайдерів щодо декарбонізації найбільша кількість належить целюлозно-паперовим та нафтопереробним заводам, тоді як серед компаній-лідерів домінують хімічні підприємства. Наявність стратегії декарбонізації допомагає фірмам встановлювати чіткі цілі, визначати можливості, розподіляти ресурси, контролювати прогрес і передбачати дії акціонерів та інших стейкхолдерів. Компанії ЄС, які більше інвестують у декарбонізацію, мають кращі результати у зменшенні свого вуглецевого сліду. Так, показники прибутковості компаній-лідерів, що інвестували 50% свого загального інвестиційного бюджету в декарбонізацію, суттєво перевершують показники тих, які інвестували лише 30% бюджету (рис. 2).

Практично для всіх фірм, як лідерів, так і аутсайдерів, основними перешкодами для декарбонізації є невизначеність щодо майбутньої енергії та

невизначеність щодо регулювання та оподаткування. Компанії, які повільніше декарбонізуються, серед причин визначають тривалі періоди окупності (88%) і проблеми, пов'язані з технологіями (88%), тоді як фірми-лідери більше стурбовані браком кваліфікованої робочої сили (80%) [1].

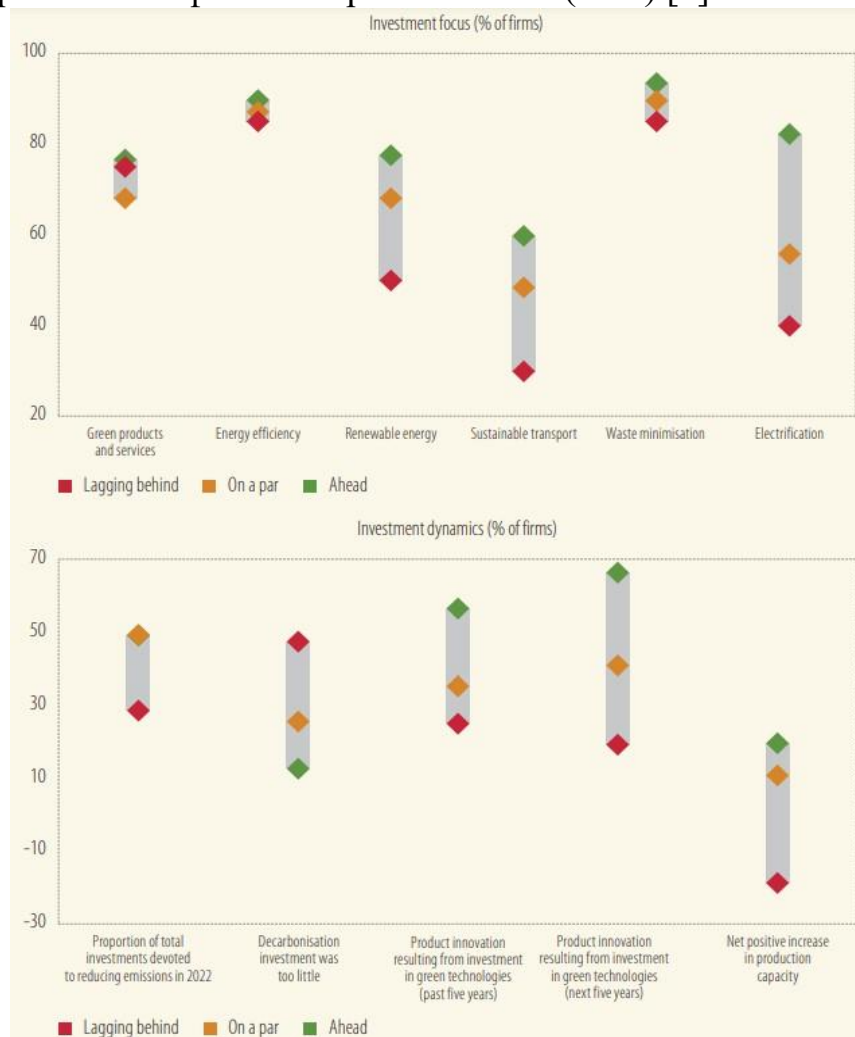


Рис. 2. Інвестиційна спрямованість фірм ЄС [1, с. 211]

Досить по-різному лідери і аутсайдери декарбонізації ставляться до методів державної підтримки “зеленого курсу”. Так, фірми-лідери віддають перевагу політиці, що винагороджує їх зусилля і створює нові можливості для бізнесу, тоді як фірми-аутсайдери апелюють до політики, що зменшує витрати на пристосування та захищає їх від міжнародної конкуренції.

Резюмуючи, зазначимо, що піонерами декарбонізації в ЄС є компанії, що бачать перехід до нульового чистого прибутку як можливість для власного бізнесу та схильні інвестувати в зелені проекти. Вони більш інноваційні та схильні до розширення або підтримки своїх виробничих потужностей в перспективі. Аутсайдери декарбонізації – це компанії, які стикаються з технологічними проблемами й передбачають спад виробництва.

Перелік використаних джерел:

1. EIB Investment Report 2023/2024. Transforming for competitiveness. <https://www.eib.org/en/publications>

ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ У СТАРТАПИ: КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ ТА ПЕРЕВАГИ

Світ змінюється, і передбачення правильних інвестиційних тенденцій – та, що більш важливо, підготовка до них – зараз є вирішальним для залучення уваги інвесторів. Потреби в іноземних інвестиціях існують практично в кожній країні, та в кожній економічній галузі.

Розвиток стартапів є важливим чинником для стимулювання інновацій та економічного зростання в сучасному світі. Однак, для багатьох молодих компаній фінансування є ключовим викликом на їхньому шляху до успіху. У такій ситуації іноземні інвестиції можуть стати критичним джерелом капіталу та ресурсів для розвитку.

Іноземні інвестиції в стартапи можуть надати додаткові фінансові ресурси, доступ до мережі контактів та експертну підтримку, що є важливим для їхнього успіху. Вони дозволяють стартапам розкрити нереалізований потенціалу різних секторах, розвиватися на міжнародному ринку та збільшувати свій потенціал для зростання.

Іноземні інвестиційні фонди та акселератори можуть допомогти стартапам отримати не лише фінансову, а й експертну підтримку та доступ до потрібним зв'язків, адже метою акселератора є допомога стартапам стати успішними глобальними компаніями, сприяти їхньому швидкому розвитку та успіху на міжнародному ринку.

Крім того, іноземні інвестиції можуть бути залучені через краудфандинг та державну підтримку. Краудфандинг дозволяє стартапам залучити фінансові чи інші ресурси від широкого загалу людей, тоді як державна підтримка може надати додаткові фінансові стимули та ресурси для розвитку.

Іноземні інвестиції в стартапи є важливим стимулом для їхнього успіху та розвитку. Вони надають додаткові фінансові ресурси, доступ до експертної підтримки та мережі контактів, що допомагає стартапам зростати та розширюватися на міжнародному ринку. Тому, привертання іноземних інвестицій може бути важливим кроком для стартапів на шляху до успіху.

Перелік використаних джерел:

1. Polishchuk V. Evaluation of start-up projects in conditions of risk and uncertainty. Uzhhorod: Publishing house "FOP Sabov AM", 2021. 120 p. ISBN 978-617-7798-49-0
2. Менеджмент стартапів: конспект лекцій для здобувачів вищої освіти денної та заочної форми навчання / Упорядник: С.О. Заїка. Харків: ДБТУ [б. в.], 2023. 121 с.

ЕФЕКТИВНІ МЕТОДИ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ У МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ

Ведення бізнесу передбачає багато обов'язків, прийняття багатьох рішень, які мають реальний вплив на майбутнє компанії. Сучасна економічна наука та бізнес-практика на всіх рівнях управління у своїх практичних дослідженнях досить широко використовують наявний інструментарій математичних методів для формалізованого опису наявних стійких кількісних характеристик і закономірностей розвитку різних соціально-економічних систем. Для оцінки ефективності міжнародного бізнесу доцільно використовувати економічний аналіз під яким розуміють систему спеціальних знань з дослідження організації, структури й стану господарського життя або окремої сфери економічної діяльності для узагальнення передового досвіду та виявлення невикористаних резервів підвищення їх ефективності [1, с. 6-7]. У міжнародному бізнесі використовуються різноманітні методи економічного аналізу для оцінки різних аспектів діяльності компаній та міжнародних проєктів, найбільш поширеними є:

- макроекономічний аналіз, використовується для оцінки економічної ситуації в країнах (макроекономічні показники країн, такі як ВВП, інфляція, безробіття, обмінний курс тощо), де суб'єкти міжнародного бізнесу вже функціонують або планують освоювати ринки цієї країни;

- фінансовий аналіз, що містить оцінку фінансової стійкості, ліквідності та прибутковості компанії через аналіз фінансових звітів, розрахунку фінансових показників та прогнозування фінансової рентабельності;

- метод порівняльного аналізу, що використовується для порівняння фінансових результатів, ринкових показників та стратегій з конкурентами на міжнародному ринку;

- стратегічний аналіз, що передбачає розробку стратегій розвитку та пошуку нових можливостей на міжнародних ринках на основі аналізу ринкових тенденцій, конкурентного середовища та внутрішніх ресурсів компанії. Це може включати визначення нових ринків, розробку продуктів та послуг, а також вибір оптимальних каналів постачання та дистрибуції;

- аналіз ризиків, що передбачає оцінку різних видів ризиків, які можуть впливати на міжнародну діяльність компанії, таких як політичні, економічні, валютні, фінансові та інші ризики;

- SWOT-аналіз (аналіз сильних і слабких сторін, можливостей та загроз) допомагає визначити внутрішні та зовнішні фактори, які впливають на успішність міжнародного бізнесу;

- маркетинговий аналіз, що передбачає дослідження ринкових тенденцій, потреб споживачів, конкурентної ситуації та інших факторів, що впливають на успішність продажу товарів та послуг на міжнародних ринках.

Серед поширених методів економічного аналізу, що використовуються для оцінки ефективності міжнародного бізнесу, і, який практично використовується при застосуванні усіх вищеперерахованих методів, виділимо метод економіко-математичного моделювання, що передбачає застосування математичних моделей для прогнозування економічних показників (обсяг продажів, ціни, прибуток тощо), аналізу впливу різних факторів на бізнес-процеси та прийняття обґрунтованих рішень. Тобто економіко-математичне моделювання в міжнародному бізнесі використовується для аналізу різних аспектів діяльності компаній на міжнародних ринках, зокрема для прогнозування ринкових тенденцій, оптимізації стратегій та прийняття обґрунтованих управлінських рішень. Серед інструментів реалізації використовуються

- математичні моделі, що використовуються для опису економічних процесів у вигляді математичних рівнянь. Ці моделі можуть бути використані для прогнозування змін в економічних показниках на основі введення різних сценаріїв та параметрів.

- статистичні моделі, що базуються на аналізі статистичних даних та використанні статистичних методів для оцінки зв'язків між різними змінними. Вони можуть бути використані для прогнозування майбутніх тенденцій на основі історичних даних.

- оптимізаційні моделі, що використовуються для знаходження оптимальних рішень у ситуаціях з обмеженими ресурсами та різними цілями. Вони можуть бути застосовані для оптимізації розподілу ресурсів, цінової стратегії та управління ланцюгами постачання.

- симуляційні моделі, що дозволяють відтворювати різні сценарії та перевіряти їх наслідки без реального впровадження. Вони особливо корисні для аналізу впливу ризиків та невизначеностей на бізнес-процеси;

- моделі бізнес-процесів, що використовуються для опису та аналізу різних аспектів бізнес-процесів, таких як виробництво, логістика, фінанси тощо. Вони дозволяють визначити слабкі місця та можливості для оптимізації та покращення ефективності.

У міжнародному бізнесі інструменти економіко-математичного моделювання допомагають компаніям розуміти складні економічні взаємозв'язки, а також приймати обґрунтовані стратегічні та тактичні рішення для досягнення своїх цілей. Відповідно, правильне використання цих методів може допомогти підвищити конкурентоспроможність та ефективність міжнародного бізнесу.

Загалом методи економічного аналізу допомагають міжнародним компаніям краще розуміти свої можливості та загрози, розробляти стратегії розвитку та приймати обґрунтовані рішення для досягнення своїх цілей.

Перелік використаних джерел:

1. Основи економічного аналізу : навч.-метод.посібник / за ред. В. М. Микитюка. Житомир: Рута, 2018. 440 с. URL: http://ir.polissiauniver.edu.ua/bitstream/123456789/10003/1/OEA_2018_440.pdf

ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ ЯК СКЛАДОВОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КОМПАНІЇ

В умовах турбулентного розвитку економічних процесів конкурентоспроможність виступає Незамінним фактором існування компанії. Перед кожною компанією постає досить складне завдання як утримати свої позиції на ринку та забезпечити ефективність діяльності. Одним із чинників виступає бренд. На думку Д.Аакера модель брендингу може бути використана для протистояння таким небезпекам, як надлишкові виробничі потужності, цінова конкуренція, збільшення кількості продуктів-близнюків. А створення бренду є не тільки обов'язковою умовою успіху, а навіть питанням виживання підприємства [1].

Бренд в сучасних умовах виступає важливим чинником успіху компанії на ринку, так як надає споживачу не лише функціональні вигоди, а й емоційні, створює відповідні враження та асоціації, які дозволяють споживачу розрізнити та обирати той чи інший товар, ту чи іншу компанію.

Не існує єдиної та універсальної відповіді на питання, що таке бренд, як і єдиної моделі чи методики його формування. Однак існують певні фундаментальні істини, що лежать в основі створення бренду. Успішний бренд повинен послідовно забезпечувати якість і задоволення, він повинен демонструвати відмінність від конкурентів, щоб створювати споживчі переваги; він повинен бути актуальним, зручним та легкодосяжним для потенційних клієнтів; він повинен звертатися до їхнього індивідуального способу життя, відношень та переконань. Покупець хоче відчувати себе добре при його виборі і він очікує, що цей вибір позитивно відобразиться на ньому. В цьому контексті створення бренду може бути краще всього описаний як процес створення і підтримання вигідних, взаємно корисних відносин з клієнтами. Є багато способів досягнення цієї мети, але незалежно від того як це досягається, успішний бренд - той, який створює лояльність та прив'язаність, він забезпечує певний рівень якості, довіри, зручності, гарантії, за які споживачі готові платити.

Існує значна кількість методик щодо створення бренду. Відомі компанії, бренди яких стали успішними та існують на ринку, десятиліття пропонують свої власні моделі бренду, частина з яких описує основні складові бренду, частина - процес створення бренду.

Забезпечити розробку успішного, конкурентоспроможного бренду може методика, яка включає наступні складові:

I.Маркетинг.

1.1. Аналіз ринкової ситуації яка дасть відповіді на наступні питання:

- де ми знаходимося?
- де ми хочемо знаходитися?
- що необхідно для того, щоб там опинитися?

- що може цьому завадити?

1.2. Аналіз товару з позицій призначення, його якості, користі для споживача.

1.3. Конкурентний аналіз.

1.4. Сегментація споживачів.

II. Порівняння та переваги бренду.

2.1. Відмінності бренду.

2.2. Порівняння.

2.3. Переваги бренду.

III. Позиціонування бренду.

IV. Розробка ідентичності, що включає атрибути та змістові ознаки або характеристики.

Таким чином, грамотна побудова бренду та в подальшому успішне управління ним дасть можливість завойовувати прихильність споживачів та забезпечувати конкурентні переваги.

Перелік використаних джерел:

1. Aaker D.A. Building strong brands - N.Y.:Free Press, 1998.

Ігор Сорівка, Ірина Блажей

Західноукраїнський національний університет

м. Тернопіль

БРЕНДИ В ЦИФРОВОМУ СУСПІЛЬСТВІ

XXI століття стало епохою цифрової трансформації, оскільки технології пронизали кожен аспект нашого життя. У наших домівках і на робочих місцях, у всіх галузях промисловості та в суспільстві загалом технологія робить можливими кардинальні зміни в тому, як ми живемо, працюємо та спілкуємось.

Цифрова трансформація – це зміни, пов'язані із застосуванням цифрових технологій у всіх аспектах людського суспільства. Цифрова трансформація – це не лише технологічна, а й культурна зміна, тому що компанії повинні бути гнучкими, використовуючи нові технології та інструменти.

Технологічний прогрес прискорюється, так само, як і очікування споживачів. До 2020 року до Інтернету було під'єднано 25 мільярдів об'єктів. Підприємства або мають переходити на цифрові технології, або загинуть, тому що бізнес, який не встигає за цими змінами, програє конкуренції. Сьогодні цифрова трансформація життєво важлива для існування будь-якого бізнесу у прибутковому, некомерційному, державному чи приватному секторах. Вона допомагає організації відповідати постійним вимогам клієнтів і дозволяє їм швидше розвиватися в умовах цифрової економіки, що постійно змінюється.

У сучасному цифровому світі бренди можуть майже миттєво вирости з нульової аудиторії до мільйонної. Соціальні медіа оновили спосіб знайомства брендів зі споживачами та взаємодії з ними. Виникла можливість підключати

свої продукти до потрібних споживачів за допомогою цифрової реклами, соціальних мереж й інфлюенсерів.

Однак брендам варто ретельно готувати цифрову рекламну кампанію. Важливо оцінити правильне місце та правильний час, коли планується використовувати різні канали просування.

Так само для брендів важливо розуміти різницю між соціальною та цифровою присутністю. У той час як соціальна присутність натякає на активність у соціальних мережах, цифрова присутність передбачає більшу онлайн-присутність у формі наявності вебсайту, перебування на кількох платформах та/або активності в соціальних мережах.

Розуміння клієнта завжди було важливою частиною успіху бізнесу. Розумні бренди видобувають дані з бесід у соціальних мережах й відгуків клієнтів та використовують їх для покращення своїх продуктів. Наприклад, компанія з виробництва приладу для особистої гігієни нещодавно помітила тенденцію у відгуках, де клієнти скаржилися на те, що зарядний пристрій перекидається. Використовуючи ці дані, компанія змогла швидко зібрати відгуки клієнтів, переробити зарядний пристрій і повторно випустити покращений продукт протягом шести місяців. У минулому на ці зусилля були б потрібні роки.

Ніколи не існувало більше брендів, ніж сьогодні, а споживачі мають просто необмежену кількість варіантів. Бренди повсюди й приймають різні форми, як-от магазини роздрібною торгівлі, постачальники послуг і навіть компанії доставки.

Зараз, як ніколи, споживач – це той, хто тримає владу над брендом. Лояльність клієнтів швидкоплинна порівняно зі взаємодією з брендом у минулі роки. Цифрові технології кардинально змінили ланцюги поставок, рекламні стратегії та способи взаємодії з клієнтами. Щоб досягти успіху в сучасному цифровому середовищі, бренди повинні глибоко розуміти динаміку конкуренції та розробляти стратегію, використовуючи цифрові медіа та соціальні мережі, щоб розвивати та підтримувати стосунки зі споживачем, і розуміти, що, як ніколи, ми живемо у світі, який орієнтований на споживача.

Перелік використаних джерел:

1. Turner J. What the Best Digital Brands Do Differently. Gartner, 2023. URL: <https://www.gartner.com/en/articles/what-the-best-digital-brands-do-differently> (дата звернення: 12.02.2024)

2. Roach T. Ignore the sceptics, brands can be built on digital platforms. MarketingWeek, 2023. URL: <https://www.marketingweek.com/brands-built-digital-platforms/> (дата звернення: 12.02.2024)

3. Gurtzki H. Three paradoxes luxury brands face in the digital era. IMD, 2022. URL: <https://www.imd.org/ibyimd/technology/three-paradoxes-luxury-brands-face-in-the-digital-era/> (дата звернення: 12.02.2024)

4. Digital Transformations: How Did These Leading Brands Do It? Digital Marketing Institute, 2018. URL: <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/digital-transformations-how-did-these-leading-brands-do-it> (дата звернення: 12.02.2024)

Юрій Кушнір
PhD студент,
Західноукраїнський національний університет,
м. Тернопіль
Науковий керівник:
доктор економічних наук, професор Зварич Р.Є.

РИНОК КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ

Креативні індустрії можна побачити в одязі, в будівлях, в музиці, в книгах, в рекламі, в програмах і в незліченній кількості інших місць. Якщо детально проаналізувати то креативні індустрії з'являються скрізь у повсякденному житті. Для більш формального визначення урядовий департамент культури, медіа та спорту (DCMS) вперше визначив креативні індустрії як: *види діяльності, які походять від індивідуальної творчості, навичок і таланту і які мають потенціал для багатства та створення робочих місць через створення та використання інтелектуальної власності*. Визначення креативних індустрій від Департаменту культури, медіа та спорту Уряду Великої Британії (DCMS) таке: *галузі, які виникли в індивідуальній творчості, навичках і талантах і які мають потенціал для багатства та створення робочих місць через створення та використання інтелектуальної власності*.

Під терміном «креативні індустрії» існує тринадцять підгалузей, а саме: реклама; архітектура; ринок мистецтва та антикваріату; ремесла; дизайн; дизайнерська мода; кіно та відео; програмне забезпечення для інтерактивного дозвілля; музика; виконавське мистецтво; видавнича справа; програмне забезпечення та комп'ютерні ігри; телебачення і радіо. Термін «індустрії культури» також використовується деякими агентствами, хоча цей термін стосується більш конкретного кола галузей і може розглядатися як підмножина креативних індустрій.

ЮНЕСКО визначає галузі культури як *індустрії, які поєднують створення, виробництво та комерціалізацію нематеріального та культурного змісту; цей зміст, як правило, захищений авторським правом і може мати форму товару чи послуги*.

Творчі індустрії включають [1]:

- музика, виконавське мистецтво (акторська гра) і образотворче мистецтво (живопис);
- ремесла, такі як ткацтво, виготовлення меблів і ювелірних виробів;
- кіно, телебачення, анімація, візуальні ефекти, відео, радіо та фотографія;
- відеоігри, віртуальна реальність і розширена реальність;
- музеї, галереї та культурна спадщина (величні будинки та собори);
- видавнича справа та бібліотеки;
- дизайн (дизайн продукту, графічний дизайн) і моду;
- архітектура;

- реклама та маркетинг.

У галузях є найрізноманітніші професії, від ткацтва та акторської майстерності до аналізу даних і мережевого програмування. Потрібні науковці, митці, люди з діловими навичками та ті, хто поєднує в собі все. Креативні індустрії важливі, адже вони створюють мистецтво та винаходи, вирішують проблеми, оживляють громади та документують історію. Створення та досвід мистецтва також робить людей щасливішими та здоровішими. Позитив креативних індустрій переливається в інші галузі, приносячи нові ідеї, продукти та способи роботи.

Творчі індустрії захоплюють, адже люди, які працюють у креативних індустріях, зв'язуються зі світом. Вони часто працюють над різними проектами з різними викликами. Творчі індустрії також відомі використанням нових винахідливих способів роботи та новітніх технологій. Творчі індустрії потребують особистостей, адже вони є більш продуктивними та значущими, коли в них беруть участь люди з різним походженням, з різними навичками та характерами, і коли вони підносять голоси, які не часто чують. Ні в кого немає однакового досвіду та сильних сторін, і в кожного є щось своє, що можна принести в спільний результат [2].

Креативна економіка заснована на використанні людьми своєї творчої уяви для підвищення цінності ідеї. Джон Хоукінс розробив концепцію в 2001 році для опису економічних систем, де вартість базується на нових уявних якостях, а не на традиційних ресурсах землі, праці та капіталу. Порівняно з творчими галузями, які обмежені окремими секторами, цей термін є використовується для опису креативності в усій економіці. Деякі спостерігачі вважають, що креативність є визначальною характеристикою розвинених економік 21-го століття, так само як промисловість була типовою для 19-го та початку 20-го століть.

Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки та культури працює через свій Глобальний альянс за культурне різноманіття та мережу креативних міст, щоб зміцнити індустрію культури на міжнародному рівні, заохочуючи обмін знаннями, розбудову потенціалу, передову практику та наставництво між своїми членами.

Глобальний альянс сприяє культурному розмаїттю шляхом зміцнення спроможності індустрій культури виробляти та розповсюджувати товари та послуги та допомагати їм отримати доступ до національних та міжнародних ринків.

Перелік використаних джерел:

1. Parrish D. Creative Industries definitions. 2020. URL: <https://www.davidparrish.com/creative-industries-definitions/>
2. What are the creative industries? Discover creative. 2022. URL: <https://discovercreative.careers/students-and-parents/what-are-the-creative-industries/>

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО РОЗУМІННЯ ЦІННОСТІ ТА ЯКОСТІ ПОСЛУГ

У сучасній економіці послуг, визначення та створення цінності для споживача є ключовими для успіху організацій. Розуміння «подорожі споживача», від формування очікувань до оцінки отриманого досвіду, стає вирішальним. Важливим аспектом є інтеграція функціонального та емоційного компонентів у ціннісну пропозицію послуги, що включає не тільки виконання певних функцій, але й надання емоційного досвіду. Сучасні дослідження вказують на перехід від простого аналізу вартості до детального розгляду цінності послуги, яка сприймається споживачем як комплексне явище, формоване багатьма факторами.

Підходи до визначення якості послуг еволюціонували, пропонуючи різні ракурси аналізу від абсолютної оцінки до врахування споживацького досвіду. Зокрема, важливість взаємодії між споживачем та надавачем послуги, де кожен акт взаємодії формує загальне сприйняття якості. Особливу увагу приділяють досвіду споживача, що включає сенсорні, емоційні, когнітивні та соціальні компоненти, формуючи комплексне бачення якості та цінності послуг.

Серед новітніх теорій, значну увагу приділяється концепції "цінності в використанні", що розглядає взаємодію зі споживачем як основу створення цінності, підкреслюючи роль споживача як активного учасника у процесі споживання та оцінювання послуги. Такий підхід вимагає глибшого розуміння потреб споживача та гнучкості у взаємодії, надаючи споживачу можливість впливати на формування кінцевого досвіду споживання.

Враховуючи це, сучасне управління якістю послуг вимагає від організацій не лише технічної досконалості у наданні послуг, а й здатності створювати унікальний досвід для кожного клієнта, що сприяє формуванню позитивних емоцій та зв'язків. Це означає акцент на індивідуальному підході, персоналізації послуг і створенні значення, яке виходить за рамки простого задоволення основних потреб.

Організації, які успішно інтегрують цифрові технології, зберігаючи при цьому особистісний підхід і розуміння унікальності кожного клієнта, мають перевагу у створенні глибоких і тривалих відносин зі своїми споживачами. Такий комплексний підхід, що поєднує технологічні новації та людські аспекти, дозволяє досягати високої якості обслуговування і високого рівня задоволеності клієнтів.

У сфері управління якістю послуг, важливу роль відіграє здатність швидко адаптуватися до змін у потребах та вподобаннях клієнтів, а також здатність передбачати ці зміни, щоб завжди залишатися на крок попереду конкурентів. Ефективне використання зворотного зв'язку від клієнтів, систематичний аналіз даних про споживачів і гнучке управління послугами дозволяє компаніям не

просто реагувати на поточні тенденції, а й адаптувати свої стратегії до майбутніх викликів.

Завершуючи, ключ до успіху в сучасній економіці послуг полягає не тільки у високій технічній якості та ефективності наданих послуг, а й у створенні унікального досвіду для споживачів, який залишає глибокий слід у їхній свідомості та сприяє формуванню міцних емоційних зв'язків з брендом. Це вимагає глибокого розуміння потреб та бажань клієнтів, а також здатності інноваційно та творчо підходити до розв'язання їхніх проблем.

Перелік використаних джерел:

1. Dabholkar, P.A., Shepherd C.D., Thorpe D.I. A comprehensive framework for service quality: an investigation of critical conceptual and measurement issues through a longitudinal study. *Journal of Retailing*. 2000. Vol. 76. №2. pp.131–139.
2. Onkvisit, S. *Consumer Behavior: Strategy and Analysis* / S. Onkvisit, J. J. Shaw. 4th Editions. New York: Routledge. 2004. 594 p.
3. Yong Yin, K. E. Stecke, Dongni Li. The evolution of production systems from Industry 2.0 through Industry 4.0. *International Journal of Production Research*. 2018. №56. pp. 848–861

Тетяна Рудакевич

Західноукраїнський національний університет,
м. Тернопіль

Науковий керівник:
доктор економічних наук, професор Зварич Р.Є.

ГЛОБАЛЬНІ СОЦІАЛЬНІ МЕДІА ПЛАТФОРМИ

Соціальне підприємство визначає, як соціальні медіа вписуються в цифрову архітектуру підприємства та як соціальні медіа перетворюють соціальне підприємство. Завдяки ефективному використанню соціальних медіа компанії досягли суттєвої ефективності в обслуговуванні клієнтів із скороченням часу обробки та витрат на кожну справу більш ніж на 30%. Підприємства змогли збільшити свою участь у співпраці більш ніж на 200% і збільшити дохід більш ніж на 100% завдяки реалізації стратегії соціального бізнесу. Ці підприємства змогли досягти цього, створивши та впровадивши платформу цифрової соціальної співпраці менш ніж за три місяці.

Останні статистичні дані показують, що Facebook продовжує залишатися лідером соціальних медіа з 3,05 мільярдами активних користувачів у 2024 році. Це означає, що троє з п'яти із 5,17 мільярдів користувачів соціальних мереж у всьому світі є активними користувачами Facebook. Статистика Facebook і його рейтинг у соціальних мережах говорять про те, що це не лише платформа соціальних медіа з найбільшою кількістю користувачів, але й одна з програм, на які споживачі витрачають найбільше часу. Користувачі Android у всьому світі витрачають на додаток Facebook 19 годин 47 хвилин на місяць. Другим у списку

найпопулярніших платформ соціальних мереж у 2024 році є YouTube з 2,49 мільярда активних користувачів – 81,7% від загальної кількості користувачів Facebook. З огляду на те, що щохвилини в усьому світі на YouTube завантажується 500 годин відео, може здатися, що помітити нове відео є важким завданням. Але також потрібно взяти до уваги статистику YouTube: 1 мільярд годин відео на YouTube переглядається щодня, і чверть людей зазначають, що відкривають нові продукти через рекламу YouTube [1].

Третя і четверта за популярністю соціальні медіа-платформи – WhatsApp і Instagram, кожна з яких має по 2 мільярди активних користувачів. До речі, обидва належать тій же материнській компанії, що й Facebook, а саме: Meta. Далі в списку йдуть TikTok і WeChat, китайська версія WhatsApp, з 1,56 млрд і 1,34 млрд користувачів у всьому світі відповідно. Лише ці шість соціальних мереж мають понад мільярд активних користувачів у всьому світі. За WeChat слідує Facebook Messenger, інша компанія, що належить Meta, з 979 мільйонами користувачів по всьому світу. Цей рейтинг у соціальних мережах чітко відображає домінування Meta. З семи найпопулярніших платформ соціальних медіа більше половини є її суб'єктами, а саме Facebook, WhatsApp, Instagram і Facebook Messenger. Інші платформи соціальних мереж з восьмого по десяте за популярністю виглядають так: Telegram: 800 мільйонів; Доуїн: 752 мільйони; Snapchat: 750 мільйонів [1].

Низка трендів в соціальних мережах на 2024 рік ще більше посилять дії їх чинника. Так, у 2024 році доповнена реальність (AR) залишатиметься основною тенденцією, оскільки все більше компаній і організацій будуть використовувати AR для взаємодії зі своїми клієнтами в соціальних мережах. Відеоконтент залишатиметься ключовою тенденцією у 2024 році, коли все більше компаній створюватимуть інтерактивні та захоплюючі відео для своїх облікових записів у соціальних мережах. Чат-боти стануть все популярнішими, і все більше компаній і організацій використовуватимуть їх для відповідей на запитання клієнтів і надання підтримки. Покупки в соціальних мережах також ставатимуть все більш популярними, оскільки компанії використовують соціальні мережі, щоб демонструвати свої продукти та послуги та дозволяти клієнтам купувати безпосередньо зі своїх облікових записів у соціальних мережах. Інфлюенсерський маркетинг і надалі залишатиметься потужним інструментом для бізнесу в 2024 році, оскільки він використовує охоплення та авторитет впливових людей для просування своїх продуктів і послуг. Реклама в соціальних мережах буде важливою частиною будь-якої стратегії соціальних мереж у 2024 році, оскільки компанії орієнтуються на певну аудиторію за допомогою оголошень, адаптованих до їхніх інтересів [2].

Щоб визначити, яка платформа соціальних медіа найкраща для маркетингу, варто звернути увагу на те, що це залежить від типу маркетингу, яким клієнт хоче займатися, і цільової аудиторії. Загалом очікується, що найпопулярнішими платформами соціальних медіа для маркетингу в 2024 році будуть Facebook, Instagram, Twitter і YouTube. Важко передбачити, якою буде наступна велика соціальна медіа, оскільки популярність різних сайтів може швидко й несподівано змінюватися. Проте є кілька потенційних претендентів,

які набирають обертів, зокрема TikTok, Vero та MeWe. Неможливо передбачити, яка платформа соціальних медіа буде найактивнішою у 2024 році. Проте одними з найпопулярніших платформ соціальних медіа у 2023 році були Facebook, Instagram, Twitter, YouTube і TikTok, і цілком ймовірно, що ці платформи залишаться популярні у 2024 році.

Перелік використаних джерел:

1. Bernhardt Greg. Top 10 Most Popular Social Media Platforms. Social Media Optimization. 2024. URL: <https://www.shopify.com/blog/most-popular-social-media-platforms>

2. Social Media Statistics Details. University of Maine. 2024. URL: <https://umaine.edu/undiscoveredmaine/small-business/resources/marketing-for-small-business/social-media-tools/social-media-statistics-details/>

Максим Жубіль

Західноукраїнський національний університет

м. Тернопіль

МІЖНАРОДНА ОРГАНІЗАЦІЯ ПРАЦІ У РЕГУЛЮВАННІ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ПРАЦІ

Міжнародний ринок праці має значний вплив на економічний розвиток країн та підвищення життєвого рівня населення, але водночас потребує уваги до різноманітних викликів, пов'язаних з міграцією, культурною адаптацією, та захистом прав працівників.

Виклики, які постають в сучасних умовах перед світовою економікою, впливають і на розвиток і функціонування міжнародного ринку праці, зокрема, зміна клімату створює нові проблеми пов'язані з додатковою трудовою міграцією та втратою робочих місць; технологічний прогрес і спровоковані ним зміни у вигляді автоматизації виробничих процесів залишають людей безробітними, замінюючи їх машинами; тощо. Тому виникає необхідність в необхідності регулювання міжнародного ринку праці, провідна роль у цьому відводиться Міжнародній організації праці (МОП).

Міжнародна організація праці – це спеціалізована агенція Організації Об'єднаних Націй, яка створена для зменшення соціальної несправедливості шляхом покращення умов праці у світі та об'єднує зусилля представників урядів, працівників та роботодавців щодо питань, пов'язаних з працею та соціальним захистом. МОП є важливою міжнародною організацією, яка понад 100 років відіграє ключову роль у захисті прав працездатних осіб та сприянні соціальній справедливості. МОП розробляє та встановлює міжнародні норми та стандарти у сфері праці у вигляді конвенцій та рекомендацій, що охоплюють такі аспекти, як права працівників, безпека на роботі, соціальне забезпечення, зайнятість та трудові відносини тощо, крім того, організація займається питаннями незаконної

праці (дитяча праця, рабство, торгівля людьми тощо), що порушують міжнародні стандарти праці.

Основними цілями МОП є [1]:

- забезпечення соціальної справедливості та гідних умов праці для всіх людей;

- підвищення рівня життя працездатного населення;

- сприяння економічному та соціальному прогресу.

У сучасних умовах в межах МОП вирішуються питання:

- з проблем боротьби з нерівністю в доходах, доступі до гідної праці та соціального захисту;

- сприяння створенню зелених робочих місць та адаптації до наслідків зміни клімату;

- допомоги працездатному населенню адаптуватися до змін, спричинених автоматизацією та іншими технологічними інноваціями;

- захисту прав трудових мігрантів та сприяння їхній інтеграції.

МОП бореться з проблемами різними методами, включаючи боротьбу з недотриманням трудових стандартів, труднощами фінансових ресурсів та політичними розбіжностями.

У сучасній своїй діяльності МОП:

- надає технічну допомогу країнам у розробці та впровадженні політики праці та соціальних програм, відповідно до міжнародних стандартів та у ратифікації та впровадженні конвенцій організації;

- проводить моніторинг та звітує про дотримання конвенцій, а також проводить дослідження й аналізує тенденції на ринку праці, соціальні умови та економічний розвиток з метою розробки ефективних стратегій і політик;

- мобілізує ресурси з уряду, інших міжнародних організацій та приватних секторів;

- сприяє розвитку соціального діалогу між урядами, роботодавцями та профспілками для досягнення консенсусу та вирішення соціально-економічних проблем;

- розробляє програми та проекти, які допомагають людям адаптуватися до наслідків зміни клімату.

Попри те, що МОП стикається з низкою проблем, таких як недотримання міжнародних трудових стандартів, недостатнє фінансування, бюрократія, зміна клімату, технологічні зміни та глобалізація, вона вживає заходів для їх подолання.

МОП має потенціал істотно впливати на життя людей у всьому світі, роблячи працю гідною, безпечною та справедливою та сприяє створенню більш справедливого та ефективного міжнародного ринку праці.

Перелік використаних джерел:

1. International Labor Organization. Mission and impact of the ILO. URL: <https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/mission-and-objectives/lang--en/index.htm>

МЕТОДИ ВИВЧЕННЯ СПОЖИВЧОЇ ПОВЕДІНКИ

Коли ми говоримо про вивчення споживчої поведінки, ми в цілому стикаємося з питанням, що рухає споживача в його рішеннях про покупку, використання продуктів або послуг, а також, як впливають різноманітні фактори на ці рішення. Постановка проблеми полягає у з'ясуванні, яким чином можна отримати доступ до цієї інформації та як її можна аналізувати для розуміння споживчої поведінки більш ефективно.

Розкриття факторів, що впливають на вибір та поведінку споживачів, для кращого розуміння їх потреб та покращення стратегій маркетингу та розробки продуктів.

Для досягнення мети ми ставимо наступні завдання:

- Аналіз потреб та уподобань споживачів у відношенні до конкретних товарів або послуг.
- Виявлення факторів, які впливають на рішення споживачів при покупці (ціни, реклама, упаковка тощо).
- Прогнозування та передбачення тенденцій на ринку споживчих товарів та послуг.
- Розробка та вдосконалення продуктів та послуг відповідно до виявлених потреб споживачів.
- Визначення ефективних методів залучення уваги та зацікавленості споживачів до продуктів та послуг.

Аналіз потреб та уподобань споживачів відіграє ключову роль у розумінні їхніх мотивацій та виборі продуктів або послуг. Один із способів аналізу потреб та уподобань споживачів - це застосування опитувальників та анкетування. Шляхом створення структурованих питань, дослідники можуть зібрати інформацію про те, що саме важливо для споживачів у контексті певного товару або послуги. Наприклад, опитуючи споживачів щодо їхніх уподобань в овочах, ми можемо дізнатися, які види овочів вони вважають найбільш корисними або смачними.

Виявлення факторів, що впливають на рішення споживачів при покупці, є важливою складовою аналізу споживчої поведінки і допомагає розуміти, які аспекти товару або послуги найбільш суттєві для споживачів.

Ціна. Деякі споживачі можуть обирати товари за доступною ціною, тоді як інші можуть бути готові платити більше за вищу якість або брендову назву. Знижки, акції та програми лояльності можуть допомогти споживачеві зробити вибір на користь саме вашого бренду.

Реклама. Якщо реклама вдало відображає переваги та переконливо аргументує вибір товару чи послуги, це може сприяти зростанню інтересу споживачів до нього.

Дизайн та упаковка товару. Яскрава та приваблива упаковка може привертати увагу та стимулювати покупку, особливо якщо споживач не має попереднього досвіду з товаром.

Прогнозування та передбачення тенденцій на ринку споживчих товарів та послуг. Один з основних підходів до прогнозування - це аналіз історичних даних та статистики. Шляхом ретельного вивчення продажів, змін цін, реакції споживачів на рекламні кампанії та інші фактори, можна виявити тенденції та патерни, які можуть вказати на майбутні напрямки розвитку ринку. Проведення досліджень та аналізу споживчих настроїв дозволяє зрозуміти зміни в уподобаннях та потребах споживачів. Вивчаючи їхні погляди на нові продукти, реакцію на маркетингові заходи та бажання, ми можемо передбачити, які товари та послуги будуть популярними в майбутньому.

Процес розробки та вдосконалення продуктів та послуг відповідно до виявлених потреб споживачів передбачає вивчення споживчих пристрастей, вимог та поведінки. Це включає збір та аналіз даних щодо споживчих потреб, уподобань та проблем, з якими стикаються споживачі. На основі цього аналізу розробляються нові продукти або вдосконалюються існуючі, з урахуванням виявлених потреб. Це може включати зміни у дизайні, функціональності, якості, ціновій політиці чи сервісі, щоб забезпечити максимальне задоволення потреб споживачів і підвищити конкурентоспроможність продукту чи послуги на ринку.

Визначення ефективних методів залучення уваги та зацікавленості споживачів до продуктів та послуг вимагає ретельного аналізу маркетингових стратегій та споживчої поведінки. Деякі ефективні методи включають: Створення привабливого бренду: Розробка чіткого бренду з унікальними характеристиками та цінностями, які привертають увагу споживачів. Використання контент-маркетингу: Створення цікавого та корисного контенту, який відповідає потребам та інтересам цільової аудиторії. Взаємодія в соціальних медіа: Активна присутність у соціальних мережах для спілкування з клієнтами, відповіді на їх запитання та залучення до діалогу. Організація акцій та розіграшів: Проведення різноманітних промо-акцій, конкурсів та розіграшів, що стимулюють зацікавленість споживачів та залучають їх увагу до продуктів та послуг. Партнерські програми та рекомендації: Встановлення партнерських відносин з впливовими особистостями або компаніями для рекомендації продуктів та послуг.

В процесі аналізу потреб та уподобань споживачів було виявлено, що їхні вимоги та очікування можуть значно варіюватися залежно від конкретного товару або послуги. Під час вивчення факторів, які впливають на рішення споживачів при покупці, було встановлено, що ціни, якість, реклама, упаковка та інші аспекти грають важливу роль у формуванні їхнього вибору. Прогнозування та передбачення тенденцій на ринку споживчих товарів та послуг дозволяє підприємствам адаптуватися до змін у споживчому попиті та конкурентному середовищі. Розробка та вдосконалення продуктів та послуг відповідно до виявлених потреб споживачів сприяє створенню конкурентноспроможної пропозиції на ринку. Покращення маркетингових стратегій на основі результатів досліджень дозволяє ефективніше комунікувати з цільовою аудиторією та

залучати їхню увагу. Визначення ефективних методів залучення уваги та зацікавленості споживачів до продуктів та послуг є важливим кроком для підвищення їхньої привабливості на ринку.

Перелік використаних джерел:

1. Котлер, Ф., Келлер, К. (2016). Менеджмент маркетингу. Підручник. Київ: Нова Книга.
2. Соломон, М. Р. (2019). Поведінка споживачів: купівля, маєш та єси. Київ: Центр учбової літератури.
3. Шифман, Л., Канук, Л. (2010). Поведінка споживача. Київ: Видавничий дім "Києво-Могилянська академія".
4. Армстронг, Г., Каннінгем, М. (2019). Принципи маркетингу. Київ: Видавництво "Наш Формат".
5. Бейкер, М. Дж. (2016). Книга маркетингу. Київ: Видавництво "Бібліотека Української думки".
6. Хаєр, Дж. Ф., Блек, У. С., Бабін, Б. Дж., Андерсон, Р. Є. (2019). Мультиваріативний аналіз даних. Київ: Видавництво "Логос".

Вікторія Коришунова

Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

РОЛЬ ЮНЕСКО У СПРИЯННІ МИРУ І БЕЗПЕКИ У СВІТІ

Сучасний світ функціонує в умовах загострення глобальних проблем, втрати культурної ідентичності, зміни клімату, бідності та нерівності, і, крім того, постійно перебуває у стані локальних воєн, боротьби з агресією, нетерпимістю, втручання одних країн у внутрішні справи тощо та стикається з численними викликами, які неможливо вирішити зусиллями однієї країни. Співпраця на міжнародному рівні стає все більш важливою, і освіта, наука та культура – це сфери, де спільні зусилля можуть дати найкращий результат, адже спільні дослідницькі проекти, підвищення освіченості населення через обмін студентами, культурні обміни тощо, як форми співпраці в освіті, науці та культурі можуть сприяти зміцненню миру та безпеки, сприяти стимулюванню економічного розвитку та інновацій.

Саме над вирішенням таких проблем працює Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) ЮНЕСКО, здійснюючи це через міжнародну співпрацю в сферах культури, освіти та науки, адже головним завданням ЮНЕСКО, що задеклароване в Статуті цієї організації, є сприяння зміцненню миру і безпеки шляхом розширення міжнародного співробітництва у галузі освіти, науки і культури, а також укорінення у свідомості людей необхідності захисту миру [1]. У сучасних умовах уже не достатньо політичних та економічних домовленостей урядів, щоб забезпечити тривалу та справжню

підтримку народів. Мир у світі має ґрунтуватися на діалозі і взаєморозумінні та будуватися на основі інтелектуальної й моральної солідарності людства, тому ЮНЕСКО працює над створенням умов для відкритого діалогу між країнами, який базується на загальних цінностях кожної країни, її культури.

З моменту свого створення ЮНЕСКО має широке поле діяльності для розвитку кращого сталого майбутнього та миру у світі. Організація реалізує міжнародні проекти в різних сферах, насамперед, в освіті, науці і культурі.

Освіта, яка є головним напрямом діяльності ЮНЕСКО, підтримує програми освіти з міжкультурного розуміння, толерантності та вирішення конфліктів, сприяючи побудові відкритого, справедливого та мирного суспільства. У межах цієї сфери реалізується велика програма “Освіта для всіх упродовж усього життя”, в якій країни-учасниці вирішують такі завдання як: боротьба з неписьменністю, забезпечення обов’язкової початкової освіти та її продовження, підготовка вчителів, будівництво шкіл та їх оснащення, обмін фахівцями та інші. Освіта для миру спрямовується на розвиток миротворчих навичок. Вчителі прищеплюють школярам такі цінності, як повага, взаєморозуміння, навчають навичкам аналізу міжнаціональних конфліктів, схем безпеки та використовують демократичні засоби педагогіки. Конфлікти позбавляють багатьох людей можливості навчатися, головного права людини.

Наука - сфера, де ЮНЕСКО сприяє міжнародній співпраці з розвитку фундаментальних та інженерних наук, вузівської науки та її адаптації до потреб суспільства, розвитку та застосуванню в різних галузях нових інформаційних і телекомунікаційних технологій та збереженні довкілля. ЮНЕСКО працює над стимулюванням наукового співробітництва та обміном знаннями як засобом сприяння миру та розвитку. Вона підтримує проекти з дослідження та інновацій, які сприяють розвитку стійкого та мирного суспільства, зокрема підтримує дослідження в галузі конфліктології, медіації, превентивної дипломатії та міжкультурного діалогу для розробки ефективних стратегій врегулювання конфліктів. Під егідою ЮНЕСКО відзначають Всесвітній день науки за мир і розвиток спрямований на те, щоб громадяни були поінформовані про досягнення в галузі науки.

Культура є важливою складовою політики ЮНЕСКО, яка вирішує проблеми з розвитку сучасних культур, мистецтва індустрії культури, народної культури, сприяє збереженню та відродженню матеріальної і нематеріальної культурної спадщини, поверненню втрачених культурних цінностей країнам їхнього походження тощо. У цьому контексті ЮНЕСКО приділяє велику увагу створенню культурного діалогу між країнами світу, сприяє культурному різноманіттю тощо. Також організацією розроблено систему збереження культурних пам’яток (матеріальної спадщини) по всьому світу, адже пам’ятки культури, в першу чергу, знайомлять нас із будь-якою державою світу, її самобутністю та неповторністю, а у разі збройного конфлікту насамперед перебувають під загрозою знищення. Важлива роль у збереженні нематеріальної спадщини людства належить мові. Адже саме завдяки цьому засобі комунікації людство може передавати наступним поколінням традиції. ЮНЕСКО сприяє діалогу культур, адже лише за умови культурного, мирного спілкування між

народами можна досягти компромісу та уникнути війни. Взаємовідносини на основі поваги, допомоги, підтримки є надзвичайно важливими в сучасному світі.

ЮНЕСКО активно використовує свої ресурси та програми для сприяння миру та безпеці через розвиток науки, освіти та культури як основи сталого розвитку. Завдяки своїм програмам і проектам, ЮНЕСКО сприяє зміцненню міжнародного співробітництва, міжкультурному діалогу та взаєморозумінню, що є ключовими складовими миру і безпеки в сучасному світі.

Перелік використаних джерел:

1. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO).
URL: <https://www.unesco.org/en>

Олег Безкоровайний

Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ГЛОБАЛЬНА ЕКСПАНСІЯ: СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ SAMSUNG ТА HUAWEI

Глобальна експансія в сучасному світі є ключовим аспектом стратегії розвитку мультинаціональних корпорацій, таких як Samsung та Huawei. Ці компанії відомі своїм амбіційним підходом до входження на нові ринки та ефективним використанням можливостей глобальних технологій. Для Samsung і Huawei глобальна експансія означає не лише збільшення обсягів продажів, але й встановлення стратегічного партнерства, розробку місцевих продуктів та адаптацію до місцевих культурних особливостей. Обидві компанії володіють широкою глобальною мережею дистриб'юторів та представництв, що дозволяє їм займати впевнені позиції на різноманітних ринках у всьому світі. Водночас, стратегії глобальної експансії Samsung та Huawei відрізняються за спрямуванням та особливостями, враховуючи їхні власні сильні сторони та конкурентні переваги.

Samsung, підтримуючи своє глобальне лідерство, розглядає експансію як стратегічний крок для збільшення своєї географічної присутності та підвищення обсягів продажів. Компанія активно входить на нові ринки, інвестуючи в маркетингові кампанії, дослідження ринків та розвиток продажів. Крім того, Samsung створює стратегічні партнерства з місцевими гравцями та розвиває місцеві центри дистрибуції та обслуговування для забезпечення максимального зручності для своїх клієнтів. Samsung, як один із найбільших виробників електроніки в світі, має розгалужену глобальну мережу дистрибуції та розвитку продуктів [1]. Наприклад, у 2019 р. Samsung впровадив стратегію «One Samsung», яка полягає в об'єднанні різних підрозділів компанії для підвищення ефективності та інноваційності. Ця стратегія дозволила Samsung зосередити увагу на ключових напрямках розвитку, таких як технології IoT, штучний інтелект та мобільні технології [2].

У той час як Samsung ставить акцент на широкий асортимент продуктів та інтеграцію підрозділів, Huawei зосереджується на конкретних галузях та ринкових сегментах. Наприклад, компанія зосереджується на розробці та впровадженні технологій 5G та ШІ для створення інтелектуальних мереж та «розумних» міст. Це створює для Huawei унікальну позицію на ринку та дозволяє їй стати лідером в окремих галузях.

Порівняно з Samsung, яка має різноманітну галузеву експансію, Huawei концентрується на високотехнологічних рішеннях і спеціалізується на деяких ключових сегментах ринку. Обидві стратегії мають свої переваги та недоліки, але вони дозволяють обом компаніям успішно вести свої бізнеси в умовах глобальної конкуренції.

Прикладом успіху Samsung є їхня присутність на ринку смартфонів, де вони випускають широкий асортимент моделей для різних аудиторій. З іншого боку, Huawei успішно впроваджується на ринку телекомунікаційного обладнання та інфраструктури 5G, забезпечуючи передові технології для мереж майбутнього.

Отже, Samsung та Huawei демонструють різні підходи до глобальної експансії, проте обидві компанії успішно досягають своїх цілей завдяки своїм унікальним стратегіям та інноваційним рішенням.

Huawei, з іншого боку, відомий своєю амбіційною глобальною стратегією «Roads to the World». Компанія активно розширює свою географічну присутність через встановлення партнерств з операторами зв'язку, роздрібними мережами та іншими гравцями галузі. Huawei також активно інвестує у дослідження та розвиток, щоб пропонувати конкурентні та інноваційні продукти на міжнародних ринках [3].

Однак, варто відзначити, що стратегії глобальної експансії Samsung та Huawei можуть відрізнятися залежно від конкретного ринку та галузі. Наприклад, у сегменті смартфонів Samsung та Huawei використовують різні підходи до маркетингу та продажів, щоб відповісти на потреби різних аудиторій та конкурувати з іншими виробниками. Ці стратегії глобальної експансії розкривають важливі аспекти успішного входження на міжнародні ринки та підтримки стабільного росту мультинаціональних корпорацій.

Глобальна експансія є критично важливим елементом стратегії розвитку мультинаціональних корпорацій, які оперують у сучасному світі. Через глобальність своїх операцій, Samsung та Huawei стали прикладами успішних корпорацій, які використовують різні підходи до глобальної експансії [4].

Samsung відомий своєю широкою галузевою експансією та стратегією «One Samsung», яка підтримує інтеграцію та співпрацю між різними підрозділами компанії.

Це дозволяє Samsung впевнено конкурувати на міжнародних ринках та забезпечувати інноваційні продукти та послуги для своїх клієнтів. З іншого боку, Huawei зосереджується на конкретних сегментах ринку, таких як телекомунікації та інфраструктура 5G, де компанія стає лідером завдяки своїм передовим технологіям та стратегічному підходу до розвитку.

Хоча стратегії Samsung та Huawei можуть відрізнятися за фокусом та підходом, обидва підприємства демонструють успішність у впровадженні своїх

стратегій глобальної експансії. Завдяки своїм інноваційним підходам та глибокому розумінню міжнародних ринків, Samsung та Huawei продовжують займати провідні позиції у своїх галузях та впливати на розвиток електронічної промисловості на всій планеті.

Перелік використаних джерел:

1. Gereffi G., Lim H. C., Lee, J. Trade policies, firm strategies, and adaptive reconfigurations of global value chains. *Journal of International Business Policy*. 2021. № 4(4). p. 506-522.

2. Toma S. G. The Evolution of the World's Most Valuable Brands in the Period 2018-2023. *Ovidius University Annals. Economic Sciences Series*. 2023. № 23(1). p. 815-821.

3. Kim M. J., Eom D., Lee, H. The geopolitics of next generation mobile communication standardization: The case of open RAN. *Telecommunications Policy*. 2023. № 47(10). p. 102625.

4. Mossoff A. *The Western Innovators of the Mobile Revolution: The Data on Global Royalty Flows to US and Europe and Why It Matters*. 2024.

Тарас Циклиняк

Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС

Глобалізація є однією з найважливіших тенденцій сучасного світового господарства, яка має значний вплив на міжнародний бізнес, відкриває нові можливості для підприємств у доступі до ринків, ресурсів та технологій у всьому світі. Проте вона також створює нові виклики і загрози, які вимагають від підприємств адаптації та розробки ефективних стратегій. Один з основних аспектів впливу глобалізації на міжнародний бізнес – це зростання конкуренції, за рахунок зменшення торговельних бар'єрів та розвитку технологій зв'язку та транспорту, компанії з усього світу змагаються за ринкові позиції. Це стимулює підприємства до пошуку нових стратегій конкурентоспроможності та інноваційних рішень.

Глобалізація також сприяє інтеграції світового ринку праці. Підприємства мають доступ до широкого спектру робочої сили з усього світу, що відкриває можливості для залучення кваліфікованих кадрів та зниження витрат на працю. Проте це також може створити виклики у вигляді конфліктів між культурами, різниці в законодавстві щодо праці та інші аспекти управління персоналом. Крім того, глобалізація сприяє змінам у міжнародному споживчому підході. Покупці мають доступ до широкого асортименту товарів та послуг з усього світу, що стимулює конкуренцію та примушує компанії до постійного удосконалення своїх продуктів та послуг.

Глобалізація суттєво змінила ландшафт міжнародної торгівлі та комерції, революціонізувавши спосіб участі націй в економічній діяльності. Завдяки прогресу в технологіях, зв'язку та транспорті світ стає все більш взаємопов'язаним, що призводить до безпрецедентного розширення світової торгівлі. За допомогою глобальної мережі зв'язків, компанії можуть здійснювати торгівлю та інвестувати в різні країни, що відкриває для них нові ринки та можливості для зростання.

Однак, разом з цим існують і виклики, пов'язані з конкуренцією, регулюванням та ризиками, пов'язаними з нестабільністю у різних країнах. Глобалізація також впливає на структуру та управління компаніями. Багатонаціональні корпорації стають стандартом, адже вони можуть ефективно використовувати свої ресурси та експертизу в різних країнах. У зв'язку з цим, управління цими компаніями стає складнішим і потребує використання новітніх стратегій та інструментів.

Одним з головних викликів глобалізації є збереження культурної ідентичності та управління міжкультурними взаємовідносинами. Компанії повинні враховувати різницю в культурних цінностях, традиціях у різних країнах для успішного співробітництва та ведення бізнесу. Також важливим аспектом є вплив глобалізації на зайнятість та ринок праці [1].

З одного боку, вона створює нові можливості для розвитку та кар'єрного зростання, але, з іншого, призводить до конкуренції за робочі місця та підвищення вимог до кваліфікацій працівників. Усі ці аспекти відображають глибокий вплив глобалізації на міжнародний бізнес і підкреслюють необхідність адаптації та розвитку нових стратегій для успішного функціонування в цьому новому світі.

Глобалізація відкрила нові ринки та створила можливості для бізнесу розширити свою діяльність за межі внутрішніх кордонів. Зменшення торговельних бар'єрів, таких як тарифи та квоти, полегшило потік товарів і послуг через кордони, дозволяючи підприємствам підключатися до глобальної клієнтської бази. Цей розширений доступ до ринку збільшив обсяги торгівлі та стимулював економічне зростання в багатьох країнах. Глобалізація стала катализатором економічного зростання та розвитку, особливо в країнах з економікою, що розвивається. Беручи участь у міжнародній торгівлі, країни можуть використовувати свої порівняльні переваги та спеціалізуватися на виробництві товарів і послуг, у яких вони найбільш ефективні. Ця спеціалізація веде до підвищення продуктивності, підвищення продуктивності та підвищення конкурентоспроможності, сприяючи економічному зростанню та підвищенню рівня життя.

Розвиток технологій і комунікацій є невід'ємною частиною глобалізації торгівлі та комерції. Розвиток Інтернету, платформ електронної комерції та цифрових платіжних систем революціонізував спосіб роботи компаній і взаємодії з клієнтами в усьому світі. Малі та середні підприємства тепер можуть легше отримати доступ до міжнародних ринків, вирівнюючи умови гри та сприяючи підприємництву та інноваціям.

Глобалізація створила можливості для працевлаштування, сприяючи переміщенню робочої сили через кордони. Оскільки компанії розширюють свою діяльність на міжнародному рівні, вони часто відкривають нові філії або передають певні функції іншим країнам, створюючи робочі місця як у рідних, так і в приймаючих країнах. Крім того, здатність кваліфікованих працівників мігрувати до країн, де є попит на їхні знання, призвела до ефективнішого розподілу людського капіталу.

Глобалізація призвела до розвитку складних і взаємопов'язаних глобальних ланцюгів поставок. Тепер компанії отримують сировину, компоненти та послуги з різних країн, щоб оптимізувати витрати та підвищити ефективність виробництва. Незважаючи на те, що це підвищило конкурентоспроможність бізнесу та дозволило заощадити кошти, це також піддало ланцюги постачання вразливості, оскільки збої в одній частині світу можуть мати хвильові наслідки по всьому світу, як продемонструвала пандемія COVID-19.

Глобалізація сприяла культурному обміну та обміну ідеями, цінностями та практиками [2]. Міжнародна торгівля сприяла обміну товарами, послугами та продуктами культури, що призвело до більшої культурної різноманітності та порозуміння між націями. Цей культурний обмін не тільки збагатив суспільства, але й вплинув на споживчі переваги, стимулюючи попит на широкий спектр продуктів і послуг.

Глобалізація створила можливості для працевлаштування, сприяючи переміщенню робочої сили через кордони. Оскільки компанії розширюють свою діяльність на міжнародному рівні, вони часто відкривають нові філії або передають певні функції іншим країнам, створюючи робочі місця як у рідних, так і в приймаючих країнах. Крім того, здатність кваліфікованих працівників мігрувати до країн, де є попит на їхні знання, призвела до ефективнішого розподілу людського капіталу. Глобалізація призвела до розвитку складних і взаємопов'язаних глобальних ланцюгів поставок. Тепер компанії отримують сировину, компоненти та послуги з різних країн, щоб оптимізувати витрати та підвищити ефективність виробництва. Незважаючи на те, що це підвищило конкурентоспроможність бізнесу та дозволило заощадити кошти, це також піддало ланцюги постачання вразливості, оскільки дисбаланс в одній частині світу можуть мати хвильові наслідки по всьому світу, як продемонструвала пандемія COVID-19.

Глобалізація сприяла культурному обміну та обміну ідеями, цінностями та практиками. Міжнародна торгівля сприяла обміну товарами, послугами та продуктами культури, що призвело до більшої культурної різноманітності та порозуміння між націями. Цей культурний обмін не тільки збагатив суспільства, але й вплинув на споживчі переваги, стимулюючи попит на широкий спектр продуктів і послуг.

Глобалізація сприяла нерівності доходів усередині та між країнами. У деяких галузях і регіонах може спостерігатися втрата робочих місць або стагнація заробітної плати через конкуренцію з боку недорогих виробників з інших країн. Усунення цих невідповідностей і надання підтримки постраждалим працівникам і громадам має вирішальне значення [3].

Збільшення міжнародної торгівлі призвело до збільшення споживання енергії, викидів парникових газів і виснаження природних ресурсів. Досягнення балансу між економічним зростанням і стійкістю навколишнього середовища є актуальною проблемою, яка вимагає інноваційних рішень і відповідальної ділової практики. Посилення протекціоністської політики та торговельна напруженість між країнами створюють загрозу перевагам глобалізації. Торговельні війни та запровадження тарифів можуть порушити ланцюжки поставок, збільшити витрати та загальмувати економічне зростання. Подолання цих викликів і сприяння багатосторонньому співробітництву є важливими для підтримки процвітаючої глобальної торгової системи.

Глобалізація глибоко вплинула на міжнародну торгівлю та комерцію, відкриваючи як можливості, так і проблеми. Це розширило доступ до ринку, сприяло економічному зростанню та технологічному прогресу. Однак це також викликало занепокоєння щодо нерівності, екологічної стійкості та протекціонізму. Щоб скористатися перевагами глобалізації та пом'якшити її негативні наслідки, уряди, підприємства та міжнародні організації повинні працювати разом, щоб просувати інклюзивну та сталу торговельну практику, яка принесе користь усім зацікавленим сторонам у взаємопов'язаній глобальній економіці.

Перелік використаних джерел:

1. Bratu R. Ş. Globalization of business and internationalization of companies and their impact on company management. *Annals of the University of Craiova, Economic Sciences Series*. 2022. № 2(50).

2. Malik A. A., Audu S. Globalization as Catalyst for International Entrepreneurship. *Journal of International Relations Security and Economic Studies*. 2023. № 2(3). p. 65-72.

3. Woods J. M., Teasley R. Responding to globalization and the growth of project-based work: an international project management curriculum. *global journal of business pedagogy*. 2023. № 7(1). p. 188.

Юрій Козак

Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

РОЛЬ ГЛОБАЛЬНИХ КРИЗ У ФОРМУВАННІ СТРАТЕГІЙ РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТУ ДЛЯ МУЛЬТИНАЦІОНАЛЬНИХ КОМПАНІЙ

Глобальні кризи, будь то фінансові кризи, економічні рецесії, геополітичні конфлікти чи пандемії, мають значний вплив на діяльність мультинаціональних компаній і вимагають від них ретельного аналізу та ефективного управління ризиками. Роль глобальних криз у формуванні стратегій ризик-менеджменту для мультинаціональних корпорацій є надзвичайно важливою, оскільки ці кризи

можуть призвести до серйозних фінансових втрат, репутаційних проблем, втрати ринкових позицій та інших негативних наслідків для бізнесу.

По-перше, глобальні кризи викликають значні фінансові та економічні ризики для мультинаціональних компаній. Наприклад, фінансові кризи можуть призвести до зменшення доступності кредитів, зростання відсоткових ставок та зниження платоспроможності клієнтів, що може вплинути на фінансові показники компаній. У таких умовах мультинаціональні компанії повинні ретельно аналізувати свої фінансові потреби, розробляти стратегії залучення фінансування та робити акцент на збереженні ліквідності.

По-друге, глобальні кризи можуть викликати ризики для ланцюга постачання мультинаціональних корпорацій. Наприклад, натуральні катастрофи, такі як землетруси чи повені, або геополітичні конфлікти можуть призвести до перерв у постачанні сировини, комплектуючих частин чи інших матеріалів. У зв'язку з цим мультинаціональні компанії повинні розробляти стратегії диверсифікації ланцюга постачання, а також посилювати співпрацю з постачальниками та розглядати альтернативні джерела постачання.

По-третє, глобальні кризи можуть призвести до змін у споживчому попиті та підвищення ризику для мультинаціональних компаній. Наприклад, пандемія COVID-19 призвела до зміни споживчих пріоритетів, змінила спосіб життя та споживчі звички. У таких умовах мультинаціональні компанії повинні швидко реагувати на зміни в ринковому середовищі, адаптувати свої продукти та послуги до нових умов та забезпечити ефективне управління запасами та логістикою.

Глобальні кризи вимагають від мультинаціональних компаній розробки та впровадження ефективних стратегій ризик-менеджменту. Це означає не лише реакцію на поточні кризові ситуації, а й попереднє планування, аналіз та прийняття відповідних заходів для зменшення впливу майбутніх криз на діяльність компанії [1].

Ті мультинаціональні компанії, які успішно реагують на кризові ситуації та ефективно управляють ризиками, можуть використати ці виклики як можливості для зміцнення своєї конкурентоспроможності та збільшення свого ринкового позиціонування. Зважаючи на важливість розуміння та ефективного управління ризиками під час глобальних криз, розглянемо практичні приклади стратегій ризик-менеджменту, які мультинаціональні компанії можуть використовувати для мінімізації негативних наслідків таких криз [2]:

- диверсифікація ланцюга постачання: компанія Apple активно використовує стратегію глобальної диверсифікації свого ланцюга постачання, маючи постачальників з різних країн, що дозволяє зменшити ризик внаслідок збоїв у постачанні з певних регіонів;
- аналіз та моніторинг ризиків: компанія Toyota використовує систему раннього попередження про можливі ризики у своєму глобальному ланцюгу постачання, що дозволяє їй швидко реагувати на потенційні загрози та уникати втрат;
- створення альтернативних стратегій: компанія Nestle розробляє альтернативні стратегії логістики та постачання в разі можливих

кризових ситуацій, таких як припинення діяльності портів чи обмеження на кордоні;

- запаси та управління запасами: компанія Procter & Gamble використовує стратегію ефективного управління запасами, що дозволяє їй забезпечити необхідні запаси сировини та матеріалів для виробництва продукції навіть у випадку збоїв у постачанні;
- страхування та фінансові інструменти: мультинаціональні компанії можуть використовувати страхові поліси та фінансові деривативи для захисту від фінансових ризиків, пов'язаних з коливаннями валютних курсів чи процентних ставок.

Ці приклади демонструють, як мультинаціональні компанії можуть використовувати стратегії ризик-менеджменту для адаптації до глобальних криз та збереження стабільності свого бізнесу.

Глобальні кризи мають значний вплив на мультинаціональні компанії та вимагають від них гнучкості, адаптивності та ефективного управління ризиками. Наприклад, фінансові кризи, економічні рецесії, геополітичні конфлікти та пандемії створюють ризики для фінансового стану, ланцюга постачання та споживчого попиту мультинаціональних корпорацій [3]. Управління ризиками під час глобальних криз є ключовим аспектом стратегічного управління мультинаціональними компаніями. Для цього вони використовують різні підходи, такі як диверсифікація ланцюга постачання, аналіз та моніторинг ризиків, створення альтернативних стратегій, управління запасами та фінансові інструменти.

На практичному рівні це означає, що мультинаціональні компанії повинні бути готові до реагування на негативні зовнішні впливи та швидко адаптуватися до змін у глобальному середовищі. Вони повинні розробляти та впроваджувати ефективні стратегії ризик-менеджменту, які дозволять їм зберігати стабільність та збільшувати конкурентоспроможність навіть у складних умовах. Таким чином, глобальні кризи можуть бути істотними викликами для мультинаціональних компаній, проте вони також відкривають можливості для інновацій та розвитку. Ті компанії, які успішно впроваджують стратегії ризик-менеджменту та адаптуються до змін, можуть використати глобальні кризи як стимул для свого зростання та успіху на міжнародному ринку.

Перелік використаних джерел:

1. Cui V., Vertinsky I., Wang Y., Zhou, D. Decoupling in international business: The 'new' vulnerability of globalization and MNEs' response strategies. *Journal of International Business Studies*. 2023. № 54(8). p. 1562-1576.
2. Zheng Y., Dong H., Milojevic M. RMB resilience strategies to drive business performance amid the global crisis. *Journal of Business Economics and Management*. 2023. № 24(6). p.1102-1118.
3. Kouloukoui D., da Silva Gomes S. M., Torres F. A., Torres E. A. Business climate risk management: international perspectives and strategic determinants. *Environment, Development and Sustainability*. 2023. p. 1-42.

Олександр Дударев
PhD студент,
Західноукраїнський національний університет,
м. Тернопіль
Науковий керівник:
доктор економічних наук, професор Зварич Р.Є.

СТРАТЕГІЇ АДАПТАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНИХ РЕКЛАМНИХ АГЕНТСТВ ДО ВИМОГ ЄВРОПЕЙСЬКОГО РИНКУ В УМОВАХ ЄВРО ІНТЕГРАЦІЇ

Євроінтеграція України відкриває нові можливості для розвитку вітчизняного рекламного ринку. Проте, щоб успішно функціонувати в європейському просторі, українським рекламним агентствам необхідно адаптуватися до його вимог. У тезах доповіді досліджуються ключові стратегії, які можуть допомогти здійснити цю адаптацію.

Вивчення європейського законодавства та регулювання

Першим кроком на шляху до адаптації має стати глибоке розуміння правового поля та норм, що регулюють рекламну діяльність в Європейському Союзі. Це охоплює:

- законодавство про рекламу: Директива 2007/58/ЄС «Про гармонізацію правил стосовно здійснення діяльності в сфері реклами», Директива 2008/48/ЄС «Про захист споживачів від недобросовісної реклами» [1], Директива 2010/43/ЄС «Про здійснення діяльності в сфері аудіовізуальних медіа-послуг» [2], Регламент (ЄС) № 2019/1148 «Про встановлення правил щодо поширення інформації та реклами стосовно харчових продуктів», тощо;
- етичні кодекси: рекомендації Європейської федерації рекламних агентств (ЕАА) [3] та Всесвітньої федерації рекламних агентств (WFA);
- технічні стандарти: стандарти розміщення реклами, технічні вимоги до рекламних матеріалів, тощо.

Важливо не лише ознайомитися з цими документами, але й постійно оновлювати свої знання, адже законодавство та регулювання в цій сфері постійно змінюються.

Вдосконалення професійної кваліфікації персоналу

Для успішної роботи на європейському ринку рекламним агентствам необхідно мати висококваліфікований персонал з глибокими знаннями та навичками, а саме:

- маркетингові комунікації: розробка ефективних рекламних кампаній, що відповідають потребам європейської аудиторії;
- міжнародне право: розуміння особливостей ведення бізнесу в ЄС, знання норм та правил міжнародної торгівлі;
- іноземні мови: володіння англійською мовою на високому рівні, а також знання інших поширених європейських мов (залежно від цільових ринків);

Важливо також заохочувати участь персоналу в міжнародних конференціях, тренінгах та семінарах, щоб вони могли бути в курсі останніх тенденцій та найкращих практик в рекламній індустрії.

Налагодження партнерських відносин з європейськими колегами

Співпраця з європейськими рекламними агентствами може відкрити нові можливості для українських компаній, таких як:

- обмін досвідом: навчання у більш досвідчених колег, переймання передових методів роботи;
- спільні проекти: реалізація спільних рекламних кампаній для міжнародних клієнтів;
- доступ до нових ринків: вихід на нові європейські ринки за допомогою партнерів.

Важливо чітко визначити цілі та очікування від співпраці, а також ретельно обирати партнерів, які поділяють ваші цінності та мають схожі підходи до роботи.

Використання сучасних технологій та інструментів

Для успішної конкуренції на європейському ринку рекламним агентствам необхідно використовувати сучасні технології та інструменти:

- системи CRM: ефективне управління клієнтською базою, персоналізація рекламних кампаній;
- платформи для автоматизації маркетингу: автоматизація routine завдань, звільнення часу для більш творчої роботи;
- аналітика даних: оцінка ефективності рекламних кампаній, прийняття обґрунтованих рішень на основі даних;

Впровадження нових технологій потребує інвестицій та навчання персоналу, але воно може суттєво підвищити конкурентоздатність агентства на європейському ринку.

Розвиток креативної складової

Європейський рекламний ринок характеризується високим рівнем креативності та конкуренції. Українським агентствам необхідно розвивати свою креативну складову, щоб виділитися на цьому фоні:

- дослідження європейської культури та трендів: розуміння цінностей, уподобань та почуття гумору європейської аудиторії;
- створення оригінальних рекламних концепцій: розробка рекламних кампаній, які є свіжими, інноваційними та привабливими для європейського споживача;
- залучення до роботи креативних фахівців з міжнародним досвідом: співпраця з копірайтерами, дизайнерами та арт-директорами, які мають досвід роботи на європейському ринку.

Розвиток креативності є складним, але й водночас дуже важливим завданням, адже саме креативні ідеї можуть допомогти українським рекламним агентствам завоювати місце на європейському ринку.

Євроінтеграція України відкриває нові можливості для вітчизняних рекламних агентств. Але для того, щоб успішно працювати на європейському ринку, їм необхідно адаптуватися до його вимог. Ця адаптація включає в себе вивчення законодавства та регулювання, підвищення кваліфікації персоналу, налагодження партнерських відносин, використання сучасних технологій та розвиток креативної складової. Здійснюючи ці кроки, українські рекламні

агентства зможуть не тільки вийти на європейський ринок, але й стати його повноцінними гравцями.

Перелік використаних джерел:

1. Директива 2008/48/ЄС «Про захист споживачів від недобросовісної реклами»: URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32008L0048>
2. Директива 2010/43/ЄС «Про здійснення діяльності в сфері аудіовізуальних медіа-послуг»: URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32010L0043>
3. Офіційний сайт Європейської федерації рекламних агентств (ЕАА): URL: <https://www.levelaccess.com/compliance-overview/european-accessibility-act-eaa/>

Alla Boryk, Oksana Myhal
West Ukrainian National University
Ternopil

THE IMPORTANCE OF THE OMNICHANNEL MARKETING STRATEGY FOR THE BUSINESS

Omnichannel is a new, transformative way of connecting, engaging, and retaining the customers. It refers to an approach to sales, marketing, and customer support that aims to integrate all the brand's online and offline sales channels and provide customers with a seamless, consistent, and complementary shopping experience across all touchpoints.

Various studies show that in the age of digital transformation, consumers use a mix of channels to interact with brands. Thus, 60 to 70 % of the McKinsey survey respondents use multiple online and offline channels to research and purchase.

The digital marketing company Safari Digital states that 43 % of users do an online search from their smartphone while in the store. The same survey reports that 78 % of location-oriented online searches lead to a purchase in the physical store, which means brands that adopt an omnichannel approach benefit from it as they satisfy customer expectations and increase sales [3].

It is worth saying that in the special literature we sometimes see two different words “omnichannel” and “multichannel” and think that their meaning is the same. But there are some differences between these two words. The terms “omnichannel” and “multichannel” are both used in the context of sales and marketing to describe strategies for interacting with customers across different channels. However, they have different approaches.

In a multichannel approach, a company offers several distinct communication channels to interact with customers. For example, this may include channels such as physical stores, a website, a mobile app, a dedicated phone line, social networks, and so on. Each channel operates independently and offers customers several options for

interacting with the company. However, there may be little or no consistency between channels, meaning that information and interactions are not always integrated and synchronized.

The omnichannel approach takes things a step further, seeking to seamlessly integrate the customer experience across all available channels. In an omnichannel model, the company still offers several communication channels, but the emphasis is on consistency, continuity, and integration between these channels. This means that the customer can start an interaction on one channel (e.g., on the website) and seamlessly continue it on another channel (e.g., via a mobile application) without losing information or history [1].

Creating an effective omnichannel strategy can help businesses efficiently target their potential customers throughout the sales funnel. The omnichannel marketing strategy also helps businesses ensure that their online presence as well as messaging is consistent across all channels.

The key difference lies in the degree of integration and consistency between communication channels. Multichannel offers several independent communication options, while omnichannel aims to create a seamless, fluid experience between all available channels, offering customers a more coherent, personalized experience. The omnichannel approach is often considered to be more advanced and adapted to customers' evolving expectations in terms of purchasing and service experience.

There are some steps in creating an effective omnichannel strategy:

1. *Define the ideal customer.* The first step in creating an omnichannel marketing strategy is identifying and defining your ideal customer. While multichannel strategies are broad and channel-centered, omnichannel strategies are specific and customer-centered.

2. *Find the ideal customer.* Once you've outlined your ideal customer and target audience, you need to know where they spend time. This isn't just where they physically live but also where they are online.

3. *Choose the channels.* In this stage managers should choose marketing channels and platforms they'll use for marketing to the customers. A successful omnichannel strategy should have a mix of digital and traditional channels. Examples of potential marketing channels include: social media, brand website, mobile app, email, broadcast – radio and TV, digital ads, paid search, print materials, in-store ads and promos.

An effective omnichannel strategy needs to integrate multiple marketing channels seamlessly and give customers multiple options for where to make purchases. An example of this is a loyalty rewards program customers can use via website, mobile app, and in-store.

4. *Enhance the online presence.* Online presence is extremely important for a company, even if the brand primarily operates as a brick-and-mortar business.

5. *Map the customer journey.* As you build your omnichannel campaign, you'll find many moving parts across the various channels. Create a map of your customer's journey, highlighting which channels customers will encounter along the way. Mapping the customer journey also helps you find potential pain points and inconveniences that could deter customers from engaging with you.

6. *Prioritize customer support.* A customer's journey doesn't end when they make a purchase. Customer support is an important part of the customer experience. A strong customer support strategy can turn casual shoppers into loyal customers – and a poor customer support experience could turn someone away forever.

7. *Collect and protect customer data.* As you implement your omnichannel marketing strategy, you'll undoubtedly need to tweak your targeting, messaging, or other elements of your strategy. Rather than basing changes on trends or assumptions, make data-driven changes based on the results you've seen so far [2].

Thus, a successful omnichannel marketing strategy is key to reaching the target audience where they're at. Without its successful implementation it would be difficult for a company to reach set goals in the market.

References:

1. A Comprehensive Guide to Omnichannel Strategy. URL: <https://lagrowthmachine.com/omnichannel-strategy/>
2. Create an Omnichannel Strategy in 7 Easy Steps. URL: <https://www.cardlytics.com/blog/create-an-omnichannel-strategy-in-7-easy-steps>
3. Omnichannel Strategy: How to Create an Integrated Customer Experience. URL: <https://www.altexsoft.com/blog/omnichannel-strategy/>

Dmytro Kvasovsky, Oksana Myhal
West Ukrainian National University
Ternopil

THE ROLE OF SOCIAL MEDIA MARKETING IN INTERNATIONAL BUSINESS

Social media marketing is very important for international business, because it helps a company to build brand reputation and loyalty, to form stronger competitive position in international markets, to support better public relations outcomes and wow-worthy customer experience, to create a more customer-centric business strategy etc.

Furthermore, according to the Datareportal January 2024 global overview, we can see that social media growth has continued to increase: more than half of the world now uses social media (62.3%); 5.04 billion people around the world now use social media, 266 million new users have come online within the last year. The average daily time spent using social media is 2h 23m [1]. These facts and figures confirm the importance social media for any business.

Social media marketing in international business is the strategic approach to promoting products, services, and brands on social media platforms to a global audience. Unlike generic social media marketing, this method requires businesses to tailor their strategies based on regional cultural nuances, preferences, and online behaviors.

It necessitates not only understanding and leveraging popular platforms in specific regions, but also emphasizing localization, which goes beyond mere

translation. As ecommerce businesses seek to penetrate diverse markets, international social media marketing offers a way to foster genuine connections and build trust among different global consumer segments [2].

The most popular social media now in the world are (figure 1) [3]:

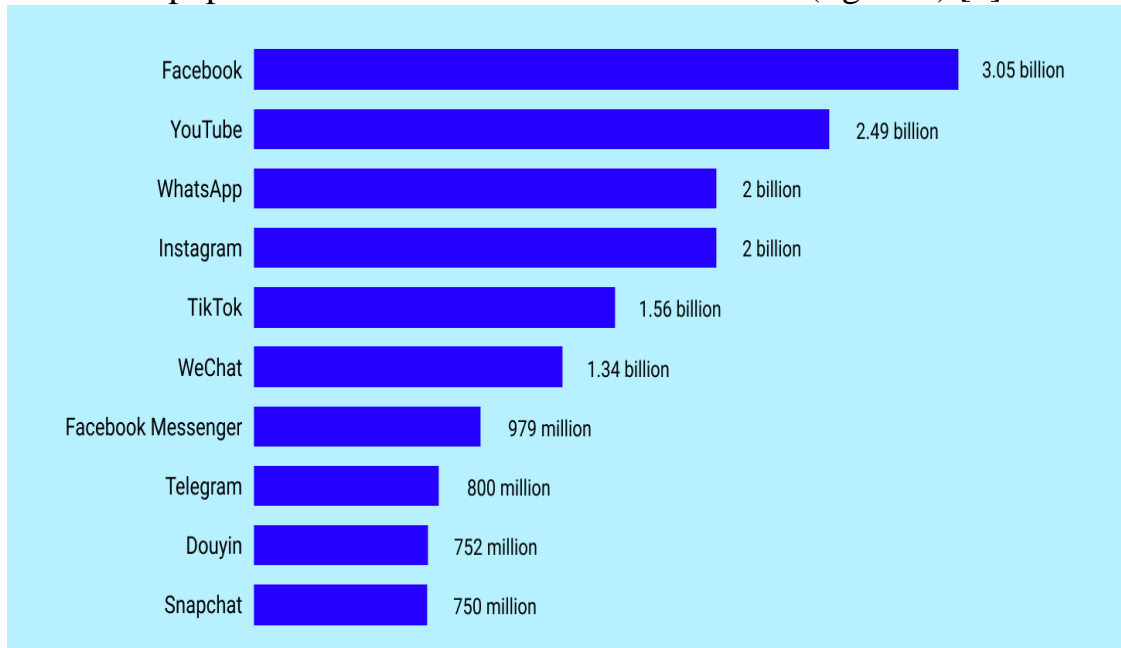


Fig. 1. The most popular social media platforms in the world, 2024

The most popular platforms in Europe are Facebook and Instagram. In Asia – WeChat in China, Line in Japan, KakaoTalk in South Korea. In the USA – Facebook and YouTube. In Latin America – WhatsApp and Instagram.

Implementing social media marketing strategy in international markets, especially creating a content, managers should remember about differences in cultures. For example, ensure that campaign visuals resonate with the local culture. A festival celebrated in one country may be unknown elsewhere. Humor doesn't always translate. What's funny in one culture might be offensive in another. Managers should take into account local idioms, humor, historical contexts, and societal norms.

Furthermore, colors carry different connotations across cultures. For instance, while white may symbolize purity in many Western cultures, it is often associated with mourning in some Eastern ones. In this case for business, it is better to employ native content creators or consultants who understand the cultural nuances of the target region. Also posting at optimal times increases your content's visibility. But, "prime time" differs across the globe [2].

It is worth saying that every country has also its regulations regarding online advertising and data protection. For instance, GDPR in the European Union has strict guidelines about data collection and user consent.

Thus, to implement successful SMM strategy in the international business managers should know the target audience of the company, choose the right platform, create valuable content, be consistent and authentic, encourage interaction and collaboration, measure all indicators and improve strategies. Managers should set clear and realistic goals and metrics for the SMM campaigns, such as reach, impressions,

clicks, conversions, or ROI. Also, they need to use tools and analytics to track and evaluate data and insights, such as demographics, engagement, sentiment, or trends. Based on these findings, they need to adjust and optimize SMM strategies and tactics to achieve all goals in the international markets.

References:

1. Global social media statistics research summary 2024. URL: <https://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media-resarch/>
2. International social media marketing: A guide for ecommerce. URL: <https://www.gelato.com/blog/international-social-media-marketing##Benefitsdsarketing>
3. Top 10 Most Popular Social Media Platforms. URL: <https://www.shopify.com/blog/most-popular-social-media-platforms>

Ihor Mayovetsky
West Ukrainian National University
Ternopil

IMAGE MANAGEMENT AS AN ELEMENT OF FORMING THE COMPANY'S REPUTATION ON THE EXTERNAL MARKET

Corporate image refers to the perception of a company, its brand, or its products in the minds of its customers and the public.

Image is not something that can be bought. It has to be earned or deserved, and that takes time.

A good corporate image is critical because it helps buyers become more loyal to a company and its products, and it can also give a company a competitive edge.

On the other hand, reputation is an evaluation of a company's past actions, behavior and performance by its customers, partners, and other interested parties. It is a measure of the trustworthiness, reliability, and credibility of an entity.

A strong reputation can boost the image, and a consistent image can support the reputation. It also works in the opposite way – weak reputation can spoil the image and vice versa. [2; 5].

Image management is the process of creating a genuine, appealing, and cost-effective image of a company or a person to add trust and credibility to companys so that a brand can be trusted over competitors and build a lasting relationship with customers. [1;3].

Public relations is a crucial aspect of managing a brand's image. Public relations involves the use of paid and earned media channels to promote a brand and create a positive public image. A PR agent can also act as an image consultant for a brand, managing a brand's reputation and communication, especially during times of crisis.

PR services are important for developing strategies for businesses to communicate with the public, including customers, stakeholders, journalists, and the

general public. Public relations experts help to create compelling stories about a brand and form strategies for how to share these stories publicly to create a positive image and gain the public's trust.

Since image management is a pro-active and ongoing process of evaluating and managing a brand's influence on the public, a public relations agency helps keep a brand relevant through press releases, events, and other media appearances. As PR involves a third party's opinion about a company, it increases the trustworthiness of the company, since people are more likely to trust third-party opinions. Therefore, having a good relationship with the media, journalists, and other influential people in an industry can help to improve a brand's image most naturally.

A well-planned public relations strategy can capture the media's attention and build trust with the audience. A PR service provider knows a business and the needs of the public, so they represent the brand's story creatively and innovatively. Social media is a powerful tool that PR teams use to grow a brand's social media following and turn followers into customers. Social media is used to share content, press releases, and positive and valuable feedback about a business. This, in turn, helps to build a brand's reputation in the media. Another essential part of image management for PR service providers is to find and analyze media coverage, brand moves, social media engagement, and other similar activities to enhance their PR strategy and build a solid public reputation and brand image of a company in the public eye. [3;5].

References:

1. Adi Surya Pranantha, K., & Sri Subawa, N. (2019). Lifestyle marketing, brand personality, brand image, customer satisfaction, customer loyalty dan impulse buying. *Journal of Business and Management*, 16(4), 116. URL: <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/article/view/2255>
2. Bougie, R., & Sekaran, U. (2019). *Research methods for business: A skill-building approach*. London, UK; John Wiley & Sons. URL: <https://www.wiley.com/en-us/Research+Methods+For+Business%3A+A+Skill+Building+Approach%2C+7th+Edition-p-9781119266846>
3. Pandey, A., & Jain, M. (2021). Measuring The Relationship Between Customer Satisfaction, Service Quality and Corporate Image: A Case Study of Airtel and BSNL. *Management Insight – The Journal of Incisive Analyzers*, 17(01), 15-23. URL: <https://journals.smsvaranasi.com/index.php/managementinsight/article/view/1048>
4. Mayovetskyi I., Verhun L. The influence of corporate image of the enterprise on its reputation in international markets// Інноваційні процеси економічного та соціально-культурного розвитку: вітчизняний та зарубіжний досвід // Тези доповідей XVI Міжнародної науково-практичної конференції молодих учених і студентів. Тернопіль: ЗУНУ, 2023. P. 273-274.
5. Yazid, A. (2020). The effect of corporate image on customer loyalty: The mediating effect of customer satisfaction. *Journal of Research on the Lepidoptera*, 51(2), 124-138. URL: https://www.researchgate.net/publication/340863036_The_Effect_of_Corporate_Image_on_Customer_Loyalty_The_Mediating_Effect_of_Customer_Satisfaction

THE TRANSFORMATION OF MARKETING IN B2B FIRMS: FROM CHANNEL-BASED TACTICS TO ECOSYSTEM-ORIENTED STRATEGIES

Exploring the need for B2B executives to foresee economic hurdles and adjust their strategies to center on their customer base, in light of issues like inflation, rising interest rates, and the possibility of recessions [4].

Adjusting Sales and Marketing Synergy: Tackling Alignment Issues in B2B Companies - this comprehensive analysis delves into the increasing need for improved collaboration between sales and marketing departments in B2B organizations. It highlights the challenges faced due to misalignment and critiques the common approach of merely reshuffling internal reporting structures as an insufficient solution. The study further explores innovative strategies for effectively managing the complexities of diverse buying groups, emphasizing the need for a unified approach in understanding and catering to their unique demands. Additionally, it discusses methods for balancing various opportunity types, from quick wins to long-term strategic deals, ensuring a holistic approach to sales and marketing efforts. The paper also suggests integrating advanced analytics and cross-functional communication tools to foster a more cohesive and responsive sales and marketing team, capable of adapting to the dynamic B2B landscape and driving sustainable growth.

The Transformation of Channel Marketing: Shifting to Partner Ecosystem Marketing in B2B Firms - delves into the expected transformation from traditional channel marketing to a more inclusive partner ecosystem approach. This exploration highlights the increase in both conventional and unconventional B2B partnerships, emphasizing the advantages of broadening the scope to encompass a variety of ecosystem business models. This approach aims to more effectively address customer requirements and tackle intricate business challenges [1]. The shift towards partner ecosystem marketing in B2B firms represents a strategic evolution, recognizing the dynamic nature of modern business environments. By embracing a diverse range of partnerships, companies can leverage unique strengths and capabilities, fostering innovation and competitive advantage. This holistic approach not only enhances customer satisfaction through tailored solutions but also drives sustainable growth by tapping into new markets and opportunities.

Data-Driven Decision Making in Healthcare: Insights from Mannings Surgical Supplies & Confucius Pharmacy - this case study examines the impact of adopting a centralized, data-centric management approach in enhancing personalized healthcare services, boosting operational effectiveness, and fostering growth within the healthcare industry [2].

Utilizing Technology to Enhance Patient Results: The Impact of Process Automation in Optimizing Healthcare Workflows - this discussion focuses on the implementation and advantages of process automation within the healthcare sector. It uses the streamlining of the Durable Medical Equipment (DME) approval process as a

case study and underscores the significance of ongoing enhancement through the use of analytics and reporting tools [3].

Analyzing the trend towards focusing on retention, cross-selling, and upselling as key revenue streams in B2B growth tactics, and the vital importance of customer health scores as a measure of robust customer connections, along with forecasts of a threefold increase in their presence on CMO dashboards in 2023.

References:

1. Ross Graber, Steven Casey, Rani Salehi and others, Predictions 2023: B2B Marketing And Sales. URL: <https://www.forrester.com/report/predictions-2023-b2b-marketing-and-sales/RES178161>
2. Johansson, J.K., Global Marketing: Foreign Entry, Local Marketing and Global Management (McGraw Hill, London, 2000), p. 369.
3. Volberda, H.W., Building the Flexible Firm (Oxford University Press, Oxford, 2021), pp. 26-27.
4. Underdal, S., “Complexity and Challenges of Long-term Environmental Governance”, in Global Environmental Change. Governance, Complexity and Resilience, Volume 20, Issue 3, August 2022, Elsevier, pp. 386-393. URL: <http://www.sciencedirect.com/science/journal/09593780/20/3>.

СЕКЦІЯ 4. НОВІТНІ ПІДХОДИ В ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИЦІ МІЖНАРОДНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Олександр Длугопольський
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ПОКОЛІННЯ НЕЕТ: ВИКЛИК ДЛЯ КРАЇН ЄС

Акронім NEET (Not in Education, Employment, or Training) стосується осіб, які не беруть участі в освіті, роботі чи професійному навчанні. Покоління NEET охоплює молодь у віці 16-29 років, яка не вчиться, не працює і не набуває професійних навичок (нерідко використовуються й інші назви цієї категорії осіб – хікікоморі, Ni-Ni, waithood generation). Представники цієї групи населення відірвані від сфери освіти та ринку праці, що найчастіше в майбутньому призводить до проблем з працевлаштуванням та становленням їх як повноцінних членів суспільства [1]. В різних країнах світу частка NEET коливається від 3-6% (Нідерланди, Швеція) до 25% (Румунія, Туреччина) населення (рис. 1).

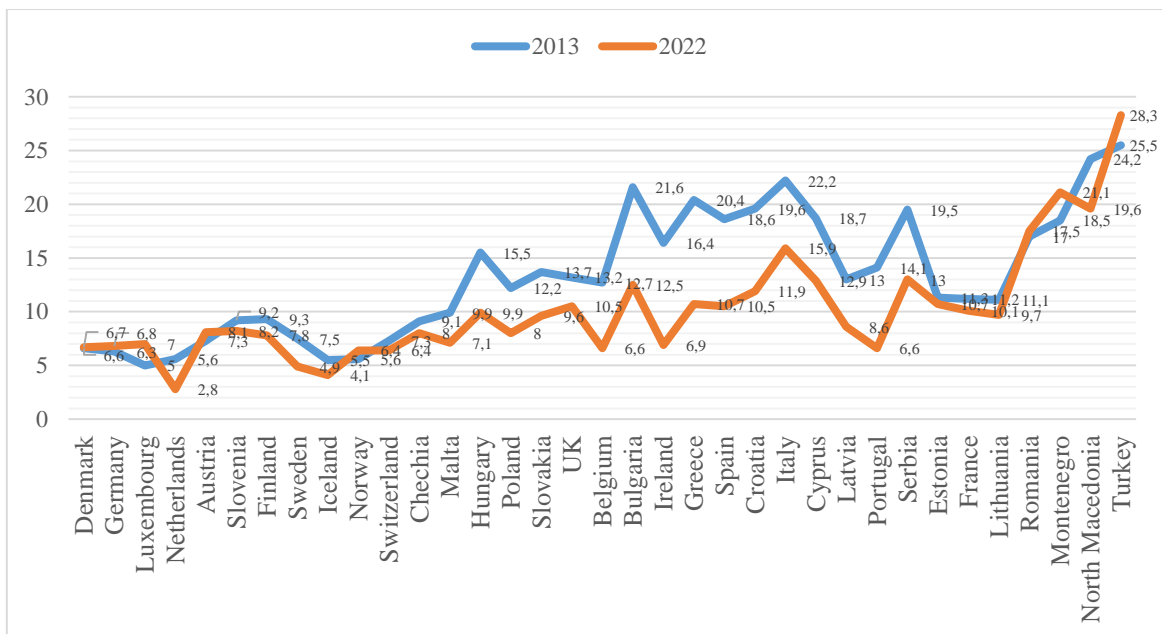


Рис. 1. Динаміка NEETs в європейських країнах у 2013-2022 рр. [2; 3]

Країною, яка найбільше приділяє уваги вивченню феномену NEET, є Японія. Особливої популярності термін NEET набув в країні після публікації “White Paper on Labor Economy 2004” [4]. Деякі дослідники [5; 6; 7] стверджують, що NEET в Японії мають суттєві відмінності від аналогічної групи молоді інших країн і поділяються на кілька видів (табл. 1).

Особливості NEET в Японії [5; 8]

№	Типи NEETs	Характеристика
1.	Yankee	Асоціальний тип, що шукає задоволення
2.	Hikikomori	Тип, що нездатний будувати соціальні стосунки, залишається замкнутим вдома (відлюдний або нетовариський)
3.	Tachisukumi	Тип, надмірно сумлінний у пошуках роботи, однак який папалізований страхом невдач
4.	Tsumazuki	Тип, який залишає роботу, знаходить роботу, але незабаром знову звільняється (невпевнений в собі й майбутньому)

До факторів ризику стати NEET заведено відносити [9; 10]: 1) освіту (молодь з низьким рівнем освіти в 3 рази частіше стає NEET); 2) іміграцію (молодь з іміграційним походженням має на 70% більше шансів увійти до групи NEET, ніж громадяни-резиденти); 3) інвалідність (молодь, яка страждає від інвалідності, має на 40% більше шансів стати NEET, ніж здорова молодь); 4) безробіття (наявність в сім'ї безробітних батьків збільшує шанси молоді стати NEET на 17%); 5) розлучення (молодь, що пережила розлучення батьків, має на 30% більше шансів стати NEET); 6) місце проживання (проживання у віддалених районах збільшує ймовірність стати NEET у 1,5 раза). Отже, низький рівень освіти має найбільш негативний вплив на майбутнє молодого покоління в контексті NEET.

Наразі явище NEET становить серйозну національну проблему багатьох європейських країн, яка характеризується відсутністю ясності щодо її поширеності та фундаментальних факторів, що її зумовлюють. Ефективні державні NEET-політики на національному рівні залишаються нерозробленими, чекаючи подальшого дослідження.

Перелік використаних джерел:

1. Кириленко В.І., Чалюк Ю.О. (2022). NEET-молодь у системі соціально-економічних відносин. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*, 2(35), 148-158. http://easterneurope-ebm.in.ua/journal/35_2022/24.pdf
2. Young people neither in employment nor in education and training by sex, (2022). https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/sdg_08_20/default/bar?lang=en
3. Eurostat (2022). <https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view>
4. Rahman, K.M. (2007). NEETs' challenge to Japan: causes and remedies. *Japanstudien*, 18(1), 221-244. <https://doi.org/10.1080/09386491.2007.11826943>
5. Kosugi, R. (2005). The Problems of Freeters and NEETs under the Recovering Economy. *Social Science Japan*, 32, 6-7.
6. Hori, Y. (2005). Solutions of Social Network of Jobless Youth and Assistance Measures. *Japan Labor Review: The Transition from School to Working Life Issues*, 2(3), 26-48.
7. Wada, H. (2005). *Escape from NEET – what can be done even in anxiety?* Тоōyō: Fusosha.

8. Uchida, Y., Norasakkunkit, V. (2015). The NEET and Hikikomori spectrum: Assessing the risks and consequences of becoming culturally marginalized. *Frontiers in Psychology*, 6, 1117. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2015.01117>

9. Against the odds (2010). *Re-engaging young people in education, employment or training*. Local government. 70 p.

10. Rahmani, H., Groot, W. (2023). Risk Factors of Being a Youth Not in Education, Employment or Training (NEET): a Scoping Review. *International Journal of Educational Research*, 120, 102198. <https://doi.org/10.1016/j.ijer.2023.102198>

Дарія Щуцька

Західноукраїнський національний університет

м. Тернопіль

ПРЕДСТАВНИЦТВО ЖІНОК НА КЕРІВНИХ ПОСАДАХ У МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ

Проблема встановлення гендерної рівності залишається актуальною і надалі. З кожним роком проводяться нові гендерні дослідження, приймаються нові нормативно-правові акти та застосовуються «м'які» та «тимчасові» заходи щодо встановлення гендерного паритету. Увага звертається і на доступ жінок до ринку праці, надання їм робочого місця та забезпечення умов для професійної діяльності. Також, слід звернути увагу на доступ жінок до керівних посад як у локальних, національних, так і у міжнародних та транснаціональних компаніях.

Відповідно до глобального звіту «Жінки на керівних посадах» від компанії «Делойт» прослідковується позитивна динаміка у питанні представництва жінок у топменеджменті компаній національного та міжнародного рівня. Дані дослідження Програми розвитку ООН вказують, що в Україні понад 40% жінок обіймають керівні посади, в той час як у світі середній показник складає близько 29%. Окрім того, дослідження свідчить про те, що управління, де присутнє різноманіття є набагато ефективнішими.

Також можна зробити наступні висновки:

- ради директорів компаній, які очолюють жінки, мають більшу гендерну різноманітність – мається на увазі, що для таких компаній характерний збалансованіший гендерний склад рад директорів. Найбільше жінок у складі рад директорів у сфері охорони здоров'я, фінансів та секторі споживчих послуг;
- жінки з керівним досвідом мають ширший діапазон можливостей;
- гендерні квоти мають значення [2].

Виділяють кілька напрямів допомоги бізнесом у забезпеченні гендерної рівності:

- запровадження практики «гнучкого робочого місця/дня» - мається на увазі сприяння поєднання особистого та приватного життя, у тому числі шляхом збільшення тривалості відпустки для батька з метою сприяння рівному розподілу обов'язків між жінками і чоловіками. Також рекомендується збирати

інформацію щодо того, ким із працівників і з яких мотивів використовується гнучкий режим роботи;

- здійснювати заходи для подолання шкідливих стереотипів і негативних практик щодо вагітних працівниць, працюючих батьків, батьків, які повертаються з відпустки по догляду за дитиною. Вважається, що існує стереотип «ідеального працівника» – молодого чоловіка, який не має родинних обов'язків і здатен працювати 24/7;

- підвищення представництва жінок на керівних посадах;
- відповідальність роботодавця за переслідування на робочому місці, у тому числі за сексуальні домагання;

- забезпечення рівної оплати праці;

- звітування бізнесу щодо впровадження та дотримання норм та квот гендерної рівності [4].

Більше того, у листопаді 2022 року Європейський парламент схвалив Декларацію «Жінки в управлінні», якою зобов'язав великі компанії у Європейському Союзі впроваджувати прозорі процеси найму робітників за професійними якостями. Таким чином, до липня 2025 року у цих компаніях щонайменше 40% посад, які не є посадами виконавчих директорів, або 33% усіх керівних посад повинні обійматися жінками, які зараз є у меншості. Вимога не поширюється на дрібний та середній бізнес, в якому працюють менш ніж 250 працівників/ниць. Також компанії зобов'язані звітувати про гендерний розподіл на керівних посадах. У разі не виконання норм, компанії повинні подати письмове роз'яснення ситуації. Держава, у свою чергу, має здійснювати вплив на компанії та змушувати їх дотримуватися норм. У разі непрозорості процедури найму, повинні застосуватися санкції [1].

Українським компаніям варто переймати світовий досвід та включати засади гендерної рівності у свою корпоративну культуру. Варто звернути увагу на те, що у деяких країнах Західного світу давно прийнято запровадження гендерних квот щодо кількості жінок у наглядових радах публічних компаній.

Таким чином, можна спостерігати позитивну динаміку та світову тенденцію щодо представленості жінок на керівних посадах або/та у керівних чи наглядових органах компаній. Бізнес повинен брати на себе відповідальність за дотримання гендерних квот, справедливу оплату праці та прозорість своєї діяльності. Українським компаніям варто набиратися світового досвіду та долати гендерний розрив у сфері топменеджменту.

Перелік використаних джерел:

1. Директива Європейського Союзу «Жінки в управлінні»: веб-сайт. URL: <https://www.genderculturecentre.org/direktiva-ievropeyskogo-soyuzu-zhink/> (дата звернення 26.02.2024).

2. Єгор Григоренко. «Жінки на керівних посадах»: попереду багато роботи з підтримки жінок на чолі компаній: глобальний звіт «Делойт»: веб-сайт. URL: <https://www2.deloitte.com/ua/uk/pages/risk/articles/women-in-the-boardroom-a-global-perspective-seventh-edition.html> (дата звернення 26.02.2024).

3. Маргарита Рівчаченко. Гендерний баланс у бізнесі: від світового досвіду до практики в Україні: веб-сайт. URL: <https://life.pravda.com.ua/projects/vid-mozhlyvostei-do-zmin/2021/01/25/243762/> (дата звернення 26.02.2024).

4. Уварова О. О. Права жінок та гендерна рівність: навчальний посібник / О. О. Уварова. Київ, 2018. 204 с.

5. The Global Gender Gap Report 2023. Geneva, 2023. 381 p.

Віктор Мазур

Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

КУЛЬТУРНІ ТРЕНІНГИ З ВИКОРИСТАННЯМ ТЕХНОЛОГІЙ ВІРТУАЛЬНОЇ РЕАЛЬНОСТІ

Технології віртуальної реальності дозволяють створювати імерсивні середовища для навчання та тренінгів з міжкультурного розуміння, що допомагає учасникам розвивати навички взаємодії з представниками різних культур. Сучасний розвиток технологій перетворює спосіб, яким ми навчаємося та розвиваємо навички. Особливо це стосується області міжкультурної комунікації, де віртуальна реальність надає неймовірний потенціал для зміни підходів у навчанні. Культурні тренінги, відтепер, відбуваються не лише у класичних аудиторіях, а й у віртуальних середовищах, що відкриває нові можливості для покращення розуміння та взаємодії з різними культурами.

1. Віртуальна реальність створює захоплююче середовище для вивчення міжкультурних навичок, дозволяючи учасникам переживати реальні життєві ситуації та взаємодіяти з людьми з інших культур у безпечному середовищі

2. Технологія віртуальної реальності надає можливість помістити учасників в інший культурний контекст, тим самим сприяючи розвитку культурної чутливості та емпатії в учасників

3. Використання віртуальної реальності в культурному навчанні дозволяє подолати географічні та мовні бар'єри, створюючи можливості для навчання для учасників з різних країн і мовних груп

4. Технологія віртуальної реальності сприяє активному навчанню та взаємодії, дозволяючи учасникам брати участь у моделюванні, інтерактивних іграх та вправах

5. Навчання віртуальній культурі забезпечує індивідуальний підхід до навчання, оскільки учасники можуть вибрати сценарії та завдання, які найкраще відповідають їхнім потребам та інтересам

6. Використання технологій віртуальної реальності для культурного навчання може ефективно моделювати складні ситуації та виклики міжкультурного спілкування, допомагаючи учасникам розвивати стратегії взаємодії та адаптації

7. Віртуальне культурне навчання є економічно ефективним, оскільки воно усуває витрати на проїзд та оренду приміщення та може забезпечити гнучкий графік навчання для учасників з різних часових поясів

8. Технологія віртуальної реальності дозволяє відстежувати та оцінювати прогрес учасників, надаючи детальну статистику та звіти про досягнення учасників і виконані завдання.

Перелік використаних джерел:

1. Slater, M., & Wilbur, S. (1997). A framework for immersive virtual environments (FIVE): Speculations on the role of presence in virtual environments. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 6(6), 603-616.

2. Merrill, M. D. (2007). A task-centered instructional strategy. *Journal of Research on Technology in Education*, 40(1), 5-22.

3. Bailenson, J. N., Blascovich, J., Beall, A. C., & Loomis, J. M. (2003). Interpersonal distance in immersive virtual environments. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 29(7), 819-833.

4. Pan, Z., Cheok, A. D., Yang, H., Zhu, J., Shi, J., & Zhang, X. (2006). The magic land: A mixed reality game for treating phobias. In *Proceedings of the 2006 ACM SIGCHI international conference on Advances in computer entertainment technology* (pp. 332-335).

5. Hoffman, H. G., & Patterson, D. R. (1995). Virtual reality in the treatment of body image disturbances. *Cyberpsychology & Behavior*, 1(2), 171-178.

6. Gamberini, L., Chittaro, L., & Spagnolli, A. (2006). Enhancing cross-cultural awareness in medicine: a role for virtual reality?. *Studies in Health Technology and Informatics*, 119, 173-178.

7. Rizzo, A., Difede, J., Rothbaum, B. O., Johnston, S., McLay, R. N., & Reger, G. (2009). VR PTSD exposure therapy results with active duty OIF/OEF combatants. *Studies in Health Technology and Informatics*, 142, 277-282.

8. Slater, M., & Steed, A. (2000). A virtual presence counter. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 9(5), 413-434.

Андрій Онукевич

Західноукраїнський національний університет

м. Тернопіль

ГЛОБАЛЬНІ ТРЕНДИ В УПРАВЛІННЯ ІНОЗЕМНИМИ ІНВЕСТИЦІЯМИ

На початку ХХІ ст. світ став свідком значних змін у підходах до іноземних інвестицій. Технологічний прогрес, зокрема розвиток інтернету, мобільного зв'язку та штучного інтелекту, радикально змінив сценарії ведення бізнесу, відкриваючи нові можливості для глобальної взаємодії. Цифрова економіка сприяла створенню нових секторів для інвестицій, таких як електронна комерція, онлайн-освіта та телемедицина, які стали особливо актуальними в умовах

пандемії COVID-19. Розглядаючи глобальні тренди в управлінні іноземними інвестиціями, необхідно враховувати широкий спектр факторів, які формують сучасний інвестиційний ландшафт. Від технологічних інновацій до політичних змін, від економічних циклів до глобальних пандемій – всі ці елементи впливають на стратегії та рішення інвесторів.

З іншого боку, світова політична арена також зазнала істотних змін, що мало прямий вплив на іноземні інвестиції. Посилення протекціонізму, перегляд умов торговельних угод та політична нестабільність у деяких регіонах спонукали інвесторів до переосмислення ризиків і можливостей. Водночас, зусилля урядів щодо приваблення іноземних інвестицій через податкові пільги, дерегуляцію та створення сприятливих умов для ведення бізнесу відкривають нові перспективи для глобального капіталу.

Екологічна стійкість та соціальна відповідальність стають все більш значущими для інвесторів. Зростаюча увага до зміни клімату, втрати біорізноманіття та соціальної справедливості змушує компанії інтегрувати принципи сталого розвитку в свої бізнес-моделі. Інвестори віддають перевагу проектам та компаніям, які демонструють зобов'язання щодо екологічних та соціальних стандартів, впроваджуючи стратегії ESG (екологія, соціум, управління) як ключ до зменшення ризиків і забезпечення довгострокової віддачі.

Глобальна пандемія COVID-19 внесла корективи не лише в економічні прогнози, а й у сам підхід до управління іноземними інвестиціями. Пандемія продемонструвала важливість гнучкості, адаптивності та інноваційності в управлінні інвестиційними портфелями. Інвестори стали більш обережними, приділяючи більше уваги диверсифікації активів та ретельному аналізу ринкових ризиків. Глобальні тренди в управлінні іноземними інвестиціями відображають широкий спектр викликів та можливостей, які стоять перед світовою економікою. Від адаптації до новітніх технологій до врахування екологічних та соціальних чинників, від реагування на політичні зміни до подолання наслідків глобальних криз – сучасні інвестори повинні постійно шукати баланс між ризиком та віддачею, не забуваючи про відповідальність перед суспільством та навколишнім середовищем.

У контексті сучасних викликів, глобальні тренди в управлінні іноземними інвестиціями набувають нових вимірів, враховуючи швидкі зміни у технологіях, демографії, екологічних стандартах та геополітичних реаліях. Важливість прозорості, взаємодії з зацікавленими сторонами та інтеграції принципів відповідального інвестування стає невід'ємною частиною стратегічного планування на міжнародному ринку, оскільки на початку третього десятиліття XXI ст. значення стратегічних альянсів та партнерств між країнами та міжнародними корпораціями зросло як ніколи раніше. Це обумовлено прагненням до оптимізації ланцюгів постачання, посилення інноваційного потенціалу та мінімізації ризиків, пов'язаних з геополітичною нестабільністю та економічними коливаннями.

Розвиток зеленої економіки та сталих інвестицій вимагає від інвесторів усвідомлення екологічних викликів та пошуку ефективних рішень для зменшення вуглецевого сліду. Інвестиції в відновлювану енергетику, екологічно

чисті технології та проєкти зі збереження біорізноманіття стають ключовими елементами глобальних інвестиційних портфельів. Значення цифрової трансформації та інвестицій в секторі інформаційних технологій продовжує зростати, підкреслюючи потребу в захисті даних, кібербезпеці та розвитку штучного інтелекту. Це створює нові можливості для інвесторів, які шукають інноваційні підходи для збільшення вартості своїх активів та досягнення конкурентних переваг на ринку. Демографічні зміни, зокрема старіння населення в розвинутих країнах та зростання молодого населення в країнах, що розвиваються, також мають значний вплив на глобальні інвестиційні тренди. Це вимагає від інвесторів гнучкості у виборі ринків та секторів для інвестування, а також розробки стратегій, які враховують ці глобальні демографічні зрушення.

В умовах зростаючої невизначеності та волатильності на світових ринках, інвестори звертаються до більш консервативних стратегій, включаючи інвестиції в золото, нерухомість та інші матеріальні активи, які традиційно вважаються «безпечними гаванями» під час економічних потрясінь. Загалом, сучасні глобальні тренди в управлінні іноземними інвестиціями вимагають від учасників ринку глибокого аналізу, стратегічного планування та відповідального підходу до інвестування. Це стосується як великих міжнародних корпорацій, так і приватних інвесторів, які прагнуть досягти стабільного зростання та мінімізації ризиків в умовах швидко змінюваного глобального економічного ландшафту.

Перелік використаних джерел:

1. Casella B., Borga M., Wacker, M. K. Measuring multinational production with foreign direct investment statistics: Recent trends, challenges, and developments. 2023.
2. Ahmedjanov S. The Development of Foreign Exchange Market Trends During the Period of Global Systemic Changes. European Journal of Economics, Finance and Business Development. 2023. № 1(4). pp. 26-30.
3. Su K., Shen W. Environmental Protection Provisions in International Investment Agreements: Global Trends and Chinese Practices. Sustainability 2023. № 15(11). pp. 8525.

Віталій Жирій

Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ТОРГОВЕЛЬНОЮ МЕРЕЖЕЮ

Одним із найпопулярніших і найефективніших сучасних шляхів розвитку торгівлі є об'єднання магазинів у єдину мережу. Торгова мережа – це сукупність двох і більше торгових об'єктів, які належать на законній підставі суб'єкту господарювання або кільком господарюючим суб'єктам, що входять в одну групу осіб [1, с. 37].

Щоб торговельна мережа приносила ще більше прибутку та більш ефективно працювала, необхідним є використання сучасних підходів до управління торговою мережею.

Велике значення відіграє автоматизація управління торговою мережею. Автоматизація торгової мережі полягає в тому, щоб ввести в експлуатацію електронну базу даних, куди заноситимуться всі товари, вестиметься облік їх наявності на складі та вартість [3]. Крім цього, потрібно пов'язати товарооблікову систему з касовим обладнанням, щоб вирішувати завдання контролю за рухом товару.

Переваги автоматизації управління торговою мережею:

- створюється єдина модель та стандарти управління для всіх магазинів торгової мережі;
- відбувається якісний облік товароруку (оцінка запасів, реєстрація доходів та витрат, фіксація результатів продажу);
- автоматизація обліку товару та клієнта дозволяє створити накопичувальну систему знижок, яка залучить клієнтів до цього підприємства;
- своєчасно формується звітність;
- підвищується результативність маркетингових заходів, створюється позитивний образ та репутація торгової мережі;
- знижується вплив людського чинника на торгові процеси, підвищується відповідальність персоналу.

Автоматизувати процеси у торгових мережах можливо як комплексно (включає процеси від прийому до продажу товару покупцю), і частково (здіяні лише окремі процеси на об'єктах торгівлі) [2, с. 56].

Використовуючи автоматизоване програмне забезпечення, з'являється можливість реально оцінити ефективність торгівельних процесів, зменшити ймовірність помилок, оптимізувати роботу, планувати асортимент, регулювати ціноутворення, а також визначати правильний напрямок діяльності торговельної мережі.

Інноваційним методом управління торговою мережею, є використання POS-системи (Point of Sale). POS система автоматизує робоче місце продавця та допомагає магазинам бути сучасними, ефективними та прибутковими.

Правильно спроектована POS-система дозволяє перетворити місце розрахунку дійсно на точку продажу, де касир стає ефективним продавцем-консультантом, при цьому не затримуючи сам процес розрахунку за придбані товари чи послуги. POS інтегрується з різними зовнішніми системами, такими як сканери штрих-коду, фіскальні реєстратори, електронні ваги, каси самообслуговування, банківські та інші термінали. Також POS-система інтегрується з іншими інформаційними системами: системою лояльності, платіжними системами та різними процесами, а також з ERP-системою компанії.

Таким чином, проаналізовані нами сучасні підходи до управління торговою мережею, дають наступні можливості:

- оптимізація та забезпечення оптимального рівня товарних запасів;
- управління асортиментними матрицями та планами;

- формування портфеля товарів ефективних для продажу;
- ціноутворення та маркетингові акції;
- проведення інвентаризацій;
- інтелектуальне (без участі людини) закриття змін та формування відповідного пакету документів у системі;
- документообіг із постачальниками.

Перелік використаних джерел:

1. Безпалько І. Р. Торгові мережі: основи функціонування, управління та розвитку. 2013. С. 37-42.
2. Вороніна В. Л. Торгові мережі України: особливості функціонування, управління та розвитку. *Економічний форум*. 2018. С. 56-62.
3. Іванечко Н. Р. Цифрові технології в роздрібній торгівлі: зарубіжний та український досвід *Food Industry Economics*. 2020.

Юлія Сухович

Західноукраїнський національний університет,
м. Тернопіль

ЛІДЕРСТВО ТА МОТИВАЦІЯ ЯК ВАЖЛИВІ КОМПОНЕНТИ МІЖНАРОДНОЇ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ

Людські ресурси в менеджменті розглядаються як важливий аспект функціонування внутрішнього середовища організації. Оскільки в кожній організації існує власне бачення стратегічних цілей, яких необхідно досягти, то ефективне управління людськими ресурсами є ключовим фактором для їх досягнення, оскільки воно включає в себе мотивацію працівників як ключового критерію досягнення високої продуктивності. Лідерство та мотивація є двома взаємопов'язаними елементами, які впливають на успішність бізнесу і сприяють досягненню стратегічних цілей організації.

У сучасному динамічному ландшафті глобального бізнесу важливо визнати критичне значення створення стійкої корпоративної культури. Лідерство та мотивація виступають незамінними компонентами цієї культури, які визначають стандарти поведінки, рівень продуктивності та, в кінцевому підсумку, успіх організації на міжнародному ринку. У глобальному бізнес-середовищі ефективне лідерство спрямовує різноманітні команди на досягнення спільних цілей.

Міжнародні корпорації функціонують у динамічному середовищі, що охоплює різноманітні культури, мови та бізнес-практики, тому лідери повинні володіти емоційним інтелектом, емпатією та здатністю адаптуватися, щоб залишатися конкурентоспроможними. Додатково, у період значного технологічного прогресу та ринкових турбулентностей, гнучке керівництво стає незамінним. Лідерам потрібно виявляти гнучкість у процесі прийняття рішень, сприймаючи зміни як можливості для розвитку, а не загрози уявній стабільності.

Шляхом сприяння культурі експериментів і навчання, ефективні лідери забезпечують своїм командам здатність сприймати зміни, швидко адаптуватися та використовувати нові можливості на міжнародному ринку. Мотивація працівників є головною метою керівництва, оскільки вона перетворює знання, навички та здібності працівника на конкретні робочі дії та ефективність роботи. Збереження високого рівня мотивації у глобальному робочому середовищі породжує унікальні виклики, що потребують індивідуального підходу, який враховує різноманітні культурні особливості.

Головними факторами формування корпоративної культури визначається поведінка топ-менеджменту (37,41%), стиль комунікації (28,15%) та мотивація (27,04%) [1; 2]. Принципи визнання, автономії та змістовної праці мають вагомe значення у міжнародному контексті корпоративної культури. Топ-керівники повинні інвестувати у розуміння індивідуальних потреб та культурних аспектів своїх команд, застосовуючи різні стратегії мотивації відповідно цьому. Застосування персоналізованих програм визнання, можливостей для розвитку навичок або культивування довіри дозволяє ефективним лідерам надихати свої команди на досягнення високих результатів, незалежно від географічних кордонів. Крім того, комунікація відіграє ключову роль у підтримці мотивації в міжнародних організаціях.

Прозорі та чіткі комунікаційні зв'язки дозволяють керівникам формулювати мету організації, забезпечувати зворотній обмін і ефективно відзначати досягнення. У світовому масштабі використання технологій для віртуальної співпраці та міжкультурної комунікації є невід'ємним атрибутом, щоб кожен член команди відчував свою цінність, мотивацію для спільних зусиль в досягненні ефективності організації.

Таким чином, у контексті корпоративної культури міжнародних компаній лідерство та мотивація виступають як важливі основи, що сприяють стійкому успіху та конкурентній перевазі на глобальному ринку. Розвиваючи навички ефективного керівництва та відданості культурі мотивації та залученості, організації здатні подолати географічні кордони, використовуючи колективні здібності та енергію своїх різних працівників для досягнення спільних цілей та стимулювання інновацій. Оскільки глобальна бізнес-сфера продовжує зростати, інвестування у ці ключові аспекти корпоративної культури залишається надзвичайно важливою, забезпечуючи стійкість, адаптивність та успіх у турбулентному світі.

Перелік використаних джерел:

1. Christian Stamov. Leadership and motivation. https://www.researchgate.net/publication/303758160_Leadership_and_Motivation
2. Ingrida Kosiciarova, Zdenka Kadekova, Peter Starchon. Leadership and Motivation as Important Aspects of the International Company's Corporate Culture. https://www.researchgate.net/publication/350570440_Leadership_and_Motivation_as_Important_Aspects_of_the_International_Company's_Corporate_Culture

Георгій Курдіані
Західноукраїнський національний університет,
м. Тернопіль
Науковий керівник:
доктор економічних наук, професор Зварич Р.Є.

ІННОВАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Управління інноваціями є важливим, оскільки воно дозволяє компаніям швидше та ефективніше розробляти нові ідеї та процедури. Це може допомогти компаніям залишатися стійкими та конкурентоспроможними, підвищуючи продуктивність, прибутковість і гнучкість. Впроваджуючи методи управління інноваціями в бізнесі, менеджери можуть забезпечити усіх співробітників інфраструктурою, необхідною для розробки інноваційних ідей. Інновації можуть принести користь бізнесу різними способами, від розробки новаторських технологій до створення продукту, який випереджає конкурентів. Отже, інноваційний менеджмент – це процес, у якому компанії прагнуть до зростання шляхом впровадження нових процедур навколо інновацій. Ці процедури керують процесом інновацій від стадії ідеї до завершення проекту. Основна ідея управління інноваціями полягає у використанні бізнес-структури та процесів для підвищення здатності працівників розробляти нові ідеї та процеси. У той час як менеджери та керівники зазвичай керують процесом, бізнес, який практикує управління інноваціями, зазвичай вимагає участі кожного працівника [1].

Здатність компанії до інновацій полягає в системі впровадження інноваційних ідей від появи до реалізації, і якщо вона успішно виконана, вона може призвести до будь-чого, від рекордно нового продукту до революційного способу задоволення потреб клієнтів. В цілому, існує кілька етапів управління інноваціями:

Перший етап: ідея та генерація теми. Можливо, найважливішим етапом є перетворення робочого простору на інноваційну екосистему. Будь-яка організація, яка заохочує співробітників мислити творчо, працювати над захопленими проектами та співпрацювати з колегами, побачить, що вони мають конкурентну перевагу перед компаніями, які не відкривають діалогу для своїх працівників для обміну ідеями.

Другий етап: запис і обмін. Інноваційні ідеї можна легко втратити, якщо немає структур, які б їх виловлювали, записували та оприлюднювали. Перш ніж ідею можна буде вважати «хорошою», вона повинна побачити світ. Незалежно від того, чи виглядає ця система записів як спільний документ чи як щомісячна звітна зустріч, ідея, яку зберігають і поділяють, може набути популярності та сприяти розвитку бізнесу, якого раніше неможливо було уявити.

Третій етап: оцінка інновації. Чим більше ідей генерує команда, тим більше у неї буде варіантів, коли вони перебиратимуть і обговорюватимуть, які з ідей є найбільш імовірно успішні. Компанія може діяти як дослідницький центр, вибираючи ідею та перетворюючи її на щось, що може принести користь.

Четвертий етап: організація та реалізація. Компанія, якою б успішною вона не була, не має ресурсів для реалізації кожної інноваційної ідеї. Вирішити, яку ідею краще спробувати в певний момент часу порівняно з іншими – при цьому безпечно зберігати ці невибрані ідеї на потім – це важлива практика визначення пріоритетів [2].

Існує декілька термінологій опису процесу впровадження інноваційного менеджменту. Ця нелінійна послідовність формування ідей передбачає навчання працівників інструментам, мисленню та робочим поглядам, які можуть сприяти інноваціям і вирішенню проблем. Наприклад, банківські галузі, які мають традиційну та основоположну практику, все ще стикаються з серйозними збоями – фінансовими кризами, глобальною пандемією, криптовалютою тощо. Ці нові проблеми вимагають нових підходів і нових інноваційних стратегій, наданих дизайнерським мисленням, рішень, які адаптуються до нових викликів у міру їх виникнення та спрямовані на творчі відповіді. Дизайн-мислення та управління інноваціями тісно взаємопов'язані. Техніки, які пропонує дизайн-мислення, створюють і заохочують інноваційні ідеї, тоді як креативність та управління інноваціями допомагають вирішувати проблеми та спрямовувати в життя геніальні нові концепції.

Перелік використаних джерел:

1. Innovation Management: Definition, Methods, Plus 4 Key Areas. Indeed Editorial Team. 2023. URL: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/innovation-in-management>
2. A guide to innovation management. Stanford Center for Professional Development. 2023. URL: <https://online.stanford.edu/guide-innovation-management>

Роман Трищецький
Західноукраїнський національний університет,
м. Тернопіль
Науковий керівник:
доктор економічних наук, професор Зварич Р.Є.

РОЛЬ МЕНЕДЖМЕНТУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В ПРОСУВАННІ ПРОДАЖ

Електронна комерція є однією з найбільш швидкозростаючих галузей сьогодні. Для продажу товарів в Інтернеті, важливо знати та розуміти, як підвищити впізнаваність бренду, залучити нових клієнтів і піклуватися про існуючих клієнтів, щоб вони знову купували разом із компанією. Управління електронною комерцією – це більше, ніж просто інтернет-магазин; він охоплює всі аспекти онлайн-продажів, як-от веб-дизайн, взаємодія з користувачем (UX), маркетинг, обслуговування клієнтів, продажі та логістика. Усе, що переміщує продукт із кошика до порога покупця. Так само, як і керування звичайним магазином, керування онлайн-бізнесом вимагає певних навичок. Догляд за

фізичним магазином може означати оновлення обладнання, очищення вітрин і оформлення вітрини. Догляд за інтернет-магазином виглядає інакше. Продавці оновлюватимуть свій веб-сайт новими продуктами та функціями, гарантуючи, що взаємодія з користувачем відповідає потребам клієнтів, і експериментуватимете з маркетинговими каналами. На ранніх етапах розвитку бізнесу електронної комерції можна взяти на себе роль менеджера електронної комерції. Виконання таких речей, як дослідження ринку, налаштування веб-сайту, щоб зробити його зручнішим для користувачів, керування запасами або перегляд аналітики магазину для визначення стратегії продажів.

Управління електронною комерцією є важливим, оскільки воно допомагає стандартизувати підхід до онлайн-продажів. Можна оцінити, що працює, змінити те, що не працює, і змусити клієнтів повертатися за новими. Підприємства електронної комерції, що розвиваються, отримують вигоду від впровадження методів управління, оскільки це вносить структуру у повсякденну діяльність. Веб-сайт електронної комерції не є одноразовим твором. Потрібно подумати про управління електронною комерцією як про звичайну довгострокову інвестицію, щоб переконатися, що онлайн-магазин продовжує задовольняти потреби клієнтів і стимулювати продажі. Ретельний моніторинг активності користувачів на веб-сайті може дозволити:

Підвищити ефективність веб-сайту. Приділивши час і ресурси своєму веб-сайту електронної комерції та спостерігаючи за поведінкою користувачів, можна виконувати регулярне технічне обслуговування та переконатися, що вміст оновлюється.

Управління маркетинговою стратегією. Маючи інформацію про те, що купують клієнти, хто вони такі та чого вони хочуть від бренду, можна розробити персоналізований маркетинговий підхід.

Підвищення продуктивності. Власники бізнесу електронної комерції можуть використовувати інструменти та програмне забезпечення для спрощення й автоматизації адміністративних завдань. Тож команда може приділяти більше часу творчим і стратегічним аспектам електронної комерції.

Зосередження часу на важливому. Завдяки чіткій аналітиці платформи електронної комерції та інтегрованих програм можна приймати рішення на основі даних про те, на що витрачається час і гроші.

Одним із найважливіших аспектів ролі менеджера електронної комерції є забезпечення того, щоб завжди були нові клієнти, які відкривають для себе бізнес та його продукти. Переконавшись, що продукт доступний і добре продається на зручному веб-сайті, вони працюють із більшою командою, щоб створювати та постійно вдосконалювати всі аспекти взаємодії з користувачем. Вони співпрацюють із операційною командою, щоб переконатися, що в наявності завжди є відповідні продукти та немає проблем на веб-сайті чи в процесі оформлення замовлення, які могли б вплинути на продажі.

Менеджери електронної комерції також працюють із командою маркетингу, щоб створити ефективні цифрові або соціальні маркетингові стратегії для підвищення впізнаваності бренду та продажів. Це може бути через рекламу, платні соціальні мережі, впливовий маркетинг або партнерські

програми. Потужні стратегії можуть працювати в кількох каналах і вимагати різних бюджетів, які менеджер електронної комерції контролює на верхньому рівні.

Перелік використаних джерел:

1. What is eCommerce management? Indeed Editorial Team. 2023. URL: <https://uk.indeed.com/career-advice/career-development/what-is-ecommerce-management>

2. Why is ecommerce management important? Small Business Guides. 2022. URL: <https://www.xero.com/uk/guides/ecommerce-management-guide/why-is-ecommerce-management-important/>

3. What does e-commerce management include? UpBase JSC - E Commerce Enablers. 2023. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/what-does-e-commerce-management-include-upbase-jsc/>

Даниїл Тихненко

Західноукраїнський національний університет,
м. Тернопіль

Науковий керівник:

доктор економічних наук, професор Зварич Р.Є.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ФУНКЦІЙ ЛОГІСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Логістичний менеджмент стосується придбання, зберігання та транспортування запасів від їх походження до місця призначення. Це передбачає підтримку запасів, ресурсів і відповідної інформації, а також доставку товарів у потрібне місце в потрібний час і до потрібного клієнта. Удосконалені наскрізні рішення для управління логістикою підвищують ефективність шляхом оптимізації запасів, скорочення витрат і накладних витрат, а також забезпечуючи покращене обслуговування клієнтів і прибуток. За своєю суттю логістичний менеджмент є частиною управління ланцюгом поставок, яка планує, реалізує та контролює ефективний, ефективний прямий і зворотний потік і зберігання товарів, послуг і пов'язаної інформації між точкою походження та точкою споживання до відповідати вимогам клієнтів. Цей важливий аспект бізнесу необхідний для підтримки безперебійної роботи, від обробки замовлень до фізичного розподілу продуктів. Це сфера, яка вимагає стратегічного планування та рішень на основі даних. Це гарантує, що рівні запасів, витрати на доставку та витрати на оплату праці збалансовані для задоволення потреб клієнтів без непотрібних витрат.

Галузі, починаючи від електронної комерції та закінчуючи виробництвом, покладаються на основні функції логістики, щоб ефективно доставляти продукцію кінцевим клієнтам, підтримувати умови оплати та доставки та підтримувати конкурентну перевагу на ринку. Обробка замовлень є важливою функцією логістики, яка передбачає отримання, виконання та перевірку

замовлень клієнтів. Це важливий елемент, який пов'язує управління запасами з вимогами клієнта, виступаючи як перший крок у фізичній доставці товарів. Ефективна обробка замовлень може значно покращити досвід клієнта, сприяючи підвищенню задоволеності та лояльності. Це тісно пов'язане з рівнем запасів і можливостями поповнення, оскільки достатні запаси гарантують, що компанія зможе виконати свої майбутні зобов'язання перед клієнтами. Обробка продуктів і матеріалів є важливою частиною функцій управління логістикою, включаючи переміщення, захист і зберігання товарів у всьому ланцюгу постачання. Ця функція забезпечує безпечне транспортування товарів на складі або між різними місцями, зберігаючи якість продукції. Вона пов'язана із контролем запасів і складським господарством і відіграє значну роль в ефективності логістичних операцій. На додаток до захисту та безпечного транзиту товарів, логістика обробки продуктів і матеріалів також включає стратегічний вибір економічно ефективного обладнання та методологій, які підвищують ефективність праці.

Управління контролем запасів є наріжним каменем функцій управління логістикою, гарантуючи, що рівень запасів є достатнім для виконання замовлень клієнтів, не створюючи надлишку, який зв'язує ресурси компанії. Розумний контроль запасів не тільки допомагає зменшити витрати, але також є важливим фактором у виконанні замовлень. Окрім скорочення витрат, управління контролем запасів відіграє важливу роль у стратегії ланцюга поставок, сприяючи системам своєчасного обліку запасів, які зменшують відходи та покращують реагування на зміни ринку. Такий стратегічний підхід до інвентаризації забезпечує більш швидкі та гнучкі логістичні операції, що особливо корисно в галузях із швидким життєвим циклом продукції або галузях, які вимагають суворого рівня запасів для точності замовлень клієнтів.

Зберігання та складська логістика передбачає стратегічне розміщення та організацію товарів у межах об'єкта, необхідне для оптимізації простору та доступності. Ця функція логістики гарантує, що продукти будуть готові для пакування та відправлення, безпосередньо впливаючи на виконання замовлення та задоволеність клієнтів. Ефективна складська логістика може також зменшити витрати на оплату праці та покращити оборотність запасів, будучи, таким чином, важливою частиною функцій управління логістикою. Складські приміщення стають все більш складними, інтегруючи такі технології, як системи управління складом (WMS) і автоматизовані системи зберігання та пошуку (AS/RS). Ці технології забезпечують точність інвентаризації та сприяють загальній ефективності доставки шляхом оптимізації складських операцій.

Перелік використаних джерел:

1. Logistics Management: Definition, Functions, and Benefits. Knowledge Center. 2023. URL: <https://www.inboundlogistics.com/articles/logistics-management/>
2. Logistics Management System. 2019. URL: <https://www.altexsoft.com/blog/logistics-management-systems-how-warehouse-transportation-and-distribution-software-work/>

ТРАНСФОРМАЦІЯ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

В умовах мінливого економічного середовища та постійної конкуренції однією з ключових стратегій управління бізнес-процесами та досягнення цілей є впровадження системи менеджменту. Проте, з урахуванням інноваційного розвитку підприємств та їх цифровізації, традиційні методи управління можуть виявитися неефективними. Замість класичних підходів до управління, які акцентували увагу на внутрішніх ресурсах підприємства, актуальним стає адаптація до постійно змінюючогося зовнішнього середовища. Отже, перетворення систем менеджменту стає необхідною передумовою для успішного розвитку бізнесу.

Аналіз літературних джерел та власні спостереження виявили основні принципи трансформації систем менеджменту, які передбачають вироблення нових стратегій, що враховують особливості інноваційного розвитку підприємств у часи цифровізації. Серед них:

- Гнучкість та адаптивність. Зміни в бізнес-середовищі відбуваються швидко, тому необхідно мати гнучку систему управління, яка забезпечить оперативну реакцію на ці зміни. Компанії повинні бути готовими до нових викликів та ризикувати для досягнення нових результатів.

- Інноваційність та креативність. Конкурентний тиск і швидкі зміни технологій вимагають постійного інноваційного пошуку. Цей принцип сприяє створенню інноваційного середовища, яке стимулює творчий підхід до вирішення завдань.

- Цифрова трансформація та аналіз даних. Підприємства переходять на цифрову платформу та інтегрують нові технології. Великі обсяги даних стають важливими як в оперативному, так і стратегічному управлінні.

- Фокус на потребах клієнтів. Умови інноваційного розвитку вимагають уваги до потреб клієнтів та постійного аналізу їх змін для покращення продуктів та послуг.

- Командна робота та горизонтальний підхід. Управління повинно сприяти створенню ефективних команд та їх співпраці, особливо в умовах цифрової епохи, коли команди можуть працювати онлайн та бути розподілені по різних місцях світу.

- Постійне навчання та розвиток персоналу. Швидкі зміни на ринку і в технологіях вимагають від співробітників постійного підвищення кваліфікації, що може бути забезпечено за допомогою цифрових інструментів та інноваційних методик навчання.

Запровадження сучасних систем менеджменту на вітчизняних підприємствах може зіткнутися з рядом проблем, які ускладнюють процес впровадження та знижують ефективність нових систем. Недостатня кваліфікація

персоналу, обмеженість фінансових ресурсів, відсутність підтримки з боку керівництва, проблеми з інтеграцією та невпізнання переваг нововведень серед персоналу – це лише кілька з них. Недосконала організація процесу впровадження також може призвести до неповного втілення змін та розчарування результатами [1].

Для вирішення зазначених проблем необхідно:

- забезпечити належну підготовку персоналу шляхом проведення регулярних навчань та тренінгів;
- визначити чіткі цілі та завдання впровадження для уникнення непорозумінь і конфліктів;
- розробити план дій, врахувавши можливі ризики і шляхи їх мінімізації;
- залучати керівництво та персонал до процесу впровадження сучасних систем, пояснюючи їм переваги цих змін та використовуючи ефективні програми мотивації;
- забезпечити достатнє фінансування для реалізації відповідних змін та інвестування в професійний розвиток персоналу, використовуючи державні програми або інвестиційні фонди;
- визначити критерії оцінки успішності впровадження нової системи менеджменту для з'ясування її ефективності та впливу на підприємство.

Умови цифровізації та розвитку інновацій створюють нові інструменти для трансформації систем менеджменту.

Серед них: системи автоматизації бізнес-процесів (ERP-, CRM-, HRM-системи), новітні технології (штучний інтелект, 3D-друк, робототехніка, хмарні сервіси), цифрові канали зв'язку з клієнтами (соціальні мережі, E-mail), системи аналізу та інтеграції даних (Big Data) тощо.

В умовах зростаючого впливу цифрових інновацій процес трансформації систем менеджменту є складним завданням, яке вимагає належної підготовки, організації та комплексного підходу, а також урахування багатьох факторів [2]. Однак у сучасній епохі цифрової трансформації, де час і швидкість є ключовими факторами, ця перетворення може стати фундаментом успіху підприємства і забезпечити його конкурентоспроможність у майбутньому.

Перелік використаних джерел:

1. Чернікова Н. М., Іщенко І. С., Большая О. В. Трансформація систем менеджменту в умовах цифровізації та інноваційного розвитку підприємств. *Економічний вісник НТУУ "Київський політехнічний інститут"*. № 25, 2023. С. 54-58.

2. Лозовський О. М. Шляхи оптимізації системи менеджменту підприємства. *Ефективна економіка*. 2019. № 2. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2019/48.pdf.

СУЧАСНІ МЕТОДИ НЕМАТЕРІАЛЬНОЇ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ

Персонал є одним з ключових та складних ресурсів у сучасних підприємствах, що функціонують у швидкозмінному зовнішньому середовищі. Дослідження ролі мотиваційних чинників у ефективному управлінні персоналом підтверджують, що в глобалізованому бізнес-середовищі співробітники можуть виявити свою компетентність у зустрічі з викликами змінного оточення лише у випадку, якщо вони відчують лояльність до підприємства та мають позитивну мотивацію до досягнення його успіху через свою працю.

Один із найважливіших засобів управління персоналом - це їх стимулювання. Ефективне стимулювання неможливе без належної мотивації працівників.

Мотивація представляє собою внутрішнє уявлення про необхідність дії, тоді як стимулювання виступає як зовнішній фактор, спрямований на суб'єкт. Чим більше відповідність між стимулюванням і мотивацією працівника, тим більший ефект від цієї системи в цілому. Основними рушійними силами, які стимулюють працівника до праці, є стимул та мотив. Стимул - це конкретна нагорода, яка виражена у матеріальній формі (заробітна плата), тоді як мотив - це внутрішнє бажання, що підштовхує до дії. Працівник відчуває себе комфортно й працює з більшою ефективністю, якщо обидва ці аспекти перебувають у балансі. Можливості стимулювання можна розділити на дві категорії: матеріальні та нематеріальні. Основними методами матеріального стимулювання є фінансові компенсації та нагороди за досягнення, але їх надійність обмежена. Часто вони сприяють підвищенню мотивації персоналу лише на короткий термін. Завдовжки перспективі такі заходи можуть призвести до того, що працівники припинять ініціювати дії, поки не отримають матеріальну винагороду за виконану роботу.

Життя у сучасному світі неможливе без матеріальних ресурсів, які забезпечують безпеку і базовий комфорт. Тому адекватна заробітна плата та комфортні умови праці є важливими для забезпечення того, щоб працівники бажали залишатися у вашій компанії на тривалий час. Однак, використання виключно матеріальних стимулів може призвести до того, що ваші працівники будуть шукати інші місця роботи, де їх привабить місія або корпоративна культура, або де вони побачать більше можливостей для особистого зростання.

Як зазначив засновник корпорації "Sony" Акіо Моріта, «люди не працюють лише заради грошей, і якщо ви прагнете мотивувати свій персонал, гроші не є найбільш ефективним інструментом. Мій власний досвід управління персоналом свідчить, що методи нематеріальної мотивації дозволяють краще залучити персонал до роботи та підвищити їх продуктивність» [1].

Серед найпопулярніших методів нематеріальної мотивації можна виокремити:

Визнання та похвала. Підтримка позитивної атмосфери в колективі шляхом визнання досягнень та досягнень членів команди може допомогти підвищити їхню мотивацію та відчуття цінності.

Роз'яснення мети компанії. Одним з ефективних способів стимулювання працівників на максимальну продуктивність є зацікавленість їх у меті компанії. Якщо працівникам близькі та цікаві цілі компанії, вони будуть прикладати максимум зусиль для їх досягнення.

Корпоративна культура є фундаментом, на якому ґрунтується ставлення працівників до компанії. Вона визначає, як наша команда спілкується та взаємодіє між собою. Як керівник, у вас є можливість впливати на корпоративну культуру, вводити нові традиції або організовувати заходи, які збільшують ентузіазм працівників та їх бажання досягати цілей.

Розвиток кар'єрних можливостей. Надання можливостей для професійного зростання та розвитку, таких як навчання, тренінги або участь у проєктах зі стратегічним значенням, може бути сильним стимулом для членів команди.

Гнучкі графіки та робочі умови. Забезпечення можливості гнучкого графіку роботи, дистанційної роботи або інших комфортних умов може підвищити задоволення від роботи та загальний комфорт працюючих.

Тімбілдінг та соціальні заходи. Організація заходів для покращення спілкування та взаємодії між членами команди може підвищити відчуття приналежності та підтримати командний дух.

Забезпечення відкритої комунікації та зворотного зв'язку. Створення середовища, де співробітники можуть відчувати, що їхні думки та ідеї цінуються, може сприяти відчуттю задоволення від роботи та стимулювати їхню активність.

Пояснюючи чому нематеріальна мотивація є ефективнішою для стимулювання працівників на сучасних підприємствах, необхідно розглянути мотиваційну модель ХХІ століття, яку сформулював кар'єрний аналітик Ден Пінк (Dan Pink) (рис.1). Ця модель базується на вроджених психологічних потребах людини у автономії, меті та майстерності. Задоволення цих потреб сприяє більшим досягненням та більш насиченим життям.

Автономія - це потреба людини у контролі над своєю життєвою ситуацією та рішеннями, включаючи свою роботу. Надання працівникам можливості самостійно обирати шляхи досягнення цілей може значно збільшити їхню мотивацію та залученість.

Мета - це потреба мати ясне уявлення про те, що людина намагається досягти своїм життям та роботою. Працівники, які бачать зв'язок між своєю роботою та важливими для них цілями, частіше відчують задоволення від своєї діяльності та працюють більш ефективно.

Майстерність - це потреба людини у розвитку та вдосконаленні своїх навичок. Надання можливостей для постійного самовдосконалення та розвитку може збільшити зацікавленість працівників у власній роботі та сприяти їхньому професійному зростанню.

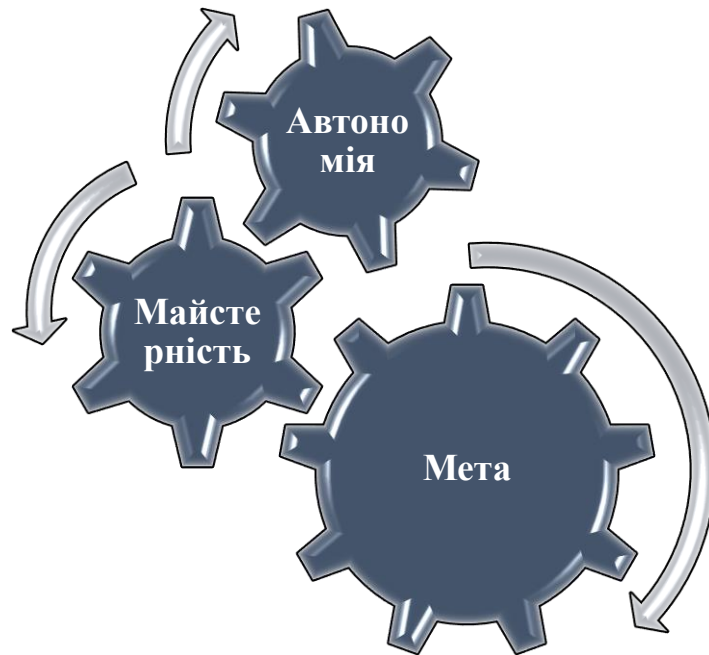


Рис. 1. Мотиваційна модель ХХІ століття [2]

Отже, заснована на цих принципах модель мотивації підтримує те, що нематеріальні фактори, такі як самовираження, відчуття сенсу та можливості для особистого зростання, можуть бути сильними стимулами для працівників у сучасному бізнес-середовищі.

Нематеріальне стимулювання може бути так само ефективним, як і матеріальне, але воно часто є більш доступним та підходить для будь-яких бюджетних обмежень. Важливо зрозуміти потреби та пріоритети вашої команди, щоб вибрати найбільш ефективні методи стимулювання.

Перелік використаних джерел:

1. ТОП-методи Нематеріальної Мотивації Колективу. URL: <https://performia.com.ua/ua/top-metodyi-nematerialnoy-motivatsii-kollektiva>
2. Леськова С. Нематеріальна мотивація персоналу сучасних підприємств. *Galician economic journal*, No 3, (76) 2022. URL: https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2022.03

Василь Сорівка, Ірина Блажей
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ЗЕЛЕНЕ ЗРОСТАННЯ КРАЇН, ЩО РОЗВИВАЮТЬСЯ

Концепція зеленого зростання базується на передумові, що екологічні цілі можуть бути узгоджені з цілями економічного росту. Ця концепція отримала значну політичну підтримку з боку лідерів багатьох країн. Згідно із визначенням

Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР), зелене зростання є показником ефективного використання природного капіталу. Зелене зростання показує, чи економічне зростання стає екологічнішим. Воно вимірюється продуктивністю навколишнього середовища та ресурсів країни. Чим вище його значення, тим більш екологічним стає економічне зростання країни.

Однак перешкоди для реалізації зеленого зростання, включаючи труднощі зі зміною поведінки, виправлення помилок уряду та ринку, а також покращення доступу до капіталу, є суттєвими. Крім того, не існує універсальної моделі зеленого зростання – кожна модель і стратегія повинні бути розроблені для контексту окремої країни. Контекстуальні відмінності країн, що розвиваються, а саме велика частка тіньової економіки, висока залежність від природного капіталу, обмежена спроможність, високий рівень бідності та нерівності – вимагають конкретних і, потенційно, складніших інструментів політики. Ці інструменти повинні спрямовувати політику на досягнення результатів, які є інклюзивними та справедливими, продуктивними та ефективними, й такими, що забезпечують найкраще використання природного капіталу в екологічних межах.

На думку ОЕСР, країни, що розвиваються, є ключем до досягнення глобального екологічного зростання. По-перше, потенційні економічні та соціальні наслідки деградації навколишнього середовища особливо важливі для країн, що розвиваються. Вони найбільш вразливі до зміни клімату і, як правило, більш залежні від використання природних ресурсів для економічного зростання, ніж країни з розвинутою економікою. Крім того, багато країн, що розвиваються, стикаються з серйозними економічними, соціальними та екологічними загрозами: від енергетичної, харчової та водної безпеки до зміни клімату та екстремальних погодних умов. Вони також стикаються з ризиком передчасної смерті через забруднення, погану якість води та хвороби, пов'язані зі зміною клімату. Всі ці фактори перешкоджають їх розвитку. По-друге, хоча сьогодні більшість країн, що розвиваються, спричиняють лише незначну частку глобальних викидів парникових газів порівняно з основними економіками, вони проте збільшуватимуть свої викиди, якщо дотримуватимуться звичайних моделей економічного зростання.

Виклики, з якими стикаються країни, що розвиваються, величезні. Однією з головних перешкод є недостатнє фінансування енергетичного переходу та інших дій для боротьби зі зміною клімату. Рамкова конвенція Організації Об'єднаних Націй про зміну клімату, Кіотський протокол і Паризька угода вимагають фінансової допомоги від Сторін, які мають більше фінансових ресурсів, тим, хто є менш забезпеченим і більш уразливим.

На країни, що розвиваються, наразі припадає близько двох третин щорічних глобальних викидів парникових газів. З іншого боку, країни, що розвиваються, найбільш вразливі до зміни клімату: підвищення рівня моря ставить під загрозу існування прибережних регіонів, а екстремальні погодні умови знищують урожай там, де сільське господарство є основою економіки країни.

Через обмежену обізнаність, низький рівень технічної експертизи та недофінансування країни, що розвиваються, найменше можуть дозволити собі заходи адаптації екологічних норм. Зважаючи на багато інших нагальних проблем, скорочення викидів має обмежений пріоритет. Національні зобов'язання часто є умовними та залежать від міжнародної фінансової та технічної підтримки. І пандемія COVID-19, безумовно, посилила цю тенденцію: державні бюджети скоротились через падіння доходів і зростання витрат, першочерговими стали охорона здоров'я, соціальний захист та відновлення економіки. У цьому контексті розвинені країни несуть особливу відповідальність. Їм потрібно лідирувати шляхом трансформації власних суспільств, а також створювати стимули для трансформаційної політики в країнах, що розвиваються. Це може статися шляхом мобілізації фінансових ресурсів, передачі технологій та технічної співпраці.

Перелік використаних джерел:

1. Barbier V. E. Is Green Growth Relevant for Poor Economies? *Development Policies*. 2015. Working paper No. 144. 28 p. URL: <https://ferdi.fr/dl/df-9YpSggBpToy9PGHg3pZp3CKS/ferdi-p144-is-green-growth-relevant-for-poor-economies.pdf> (дата звернення: 15.02.2024)

2. Climate Change and the Cost of Capital in Developing Countries. Assessing the impact of climate risks on sovereign borrowing costs. UN Environment. 2018. 38p. URL: https://eprints.soas.ac.uk/26038/1/ClimateCostofCapital_FullReport_Final.pdf (дата звернення: 15.02.2024)

3. Daniek K. Green economy indicators as a method of monitoring development in the economic, social and environmental dimensions. *Social Inequalities and Economic Growth*. 2020. Vol. 2, No. 62, p. 150-173. URL: <https://doi.org/10.15584/nsawg.2020.2.10> (дата звернення: 30.12.2023)

4. Introduction to Climate Finance. UNFCCC. 2021. URL: <https://unfccc.int/topics/climate-finance/thebig-picture/introduction-to-climate-finance> (дата звернення: 15.02.2024)

Анастасія Рудак

Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

НОВІТНІ ПІДХОДИ В ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИЦІ МІЖНАРОДНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Міжнародний менеджмент являє собою форму управління певними закордонними підрозділами з метою розвитку компанії, одержання більшого прибутку, розвитку її сильних сторін та конкурентоспроможності.

Міжнародний менеджмент охоплює дуже широкий спектр аспектів, тобто аспекти пов'язані з управлінням міжнародними бізнесами – операціями,

наприклад стратегічне планування на міжнародному рівні чи управління глобальними постачальниками та клієнтами.

Саме міжнародний менеджмент вимагає розуміння різних націй та культур, економічних умов, правових систем, політичних факторів, в країнах з якими співпрацюють. Менеджери при роботі з закордонними партнерами повинні враховувати всі аспекти та адаптувати свої практики та стратегії до конкретних умов кожного ринку.

Однак світ не стоїть на місці, всі сфери в людському житті розвиваються та стають досконалішими, люди змінюються та змінюють свої погляди чи інтереси та різні речі. Менеджери – це люди які як ніхто інший повинні слідкувати за розвитком та за тенденціями та ринку чи економіці і просто в повсякденному житті, менеджер це про постійний взаємозв'язок з людьми, така робота вимагає уваги до деталей та повного розуміння як знайти підхід до тієї чи іншої ситуації.

Для початку я б виділила глобалізацію, вона є одним з новітніх підходів в теорії та практиці міжнародного менеджменту. Глобалізація впливає на спосіб, яким компанії ведуть бізнес за межами своїх країн. Тобто це означає що компанії, а саме працівники в ній повинні бути готові адаптуватися до інших умов та факторів при співпраці з іноземними підприємствами.

Ще одними новим підходом можна вважати новітні технології, які використовують для ведення міжнародного менеджменту. Сучасні технології дозволяють спілкуватися з колегами на відстані в будь-який час по всьому світі, проводити віртуальні наради та зустрічі, а також керувати бізнес-проектами на відстані. Також потрібно зазначити що при управлінні міжнародними компаніями важливим аспектом є вдало керувати розподіленими компаніями, які складаються з працівників в різних країнах, така робота вимагає особливих навичок і успішних стратегій для забезпечення ефективності та спрямування на спільні цілі в міжнародній команді.

Висновки: використання новітніх підходів у теорії та практиці в менеджменті є важливим з кількох причин: уже вище зазначена глобалізація, яка вимагає від компанії оперативно реагувати на зміни та використовувати новітні підходи для ефективного управління. Адаптація до змін: швидкі зміни у бізнес-середовищі є дуже важливим аспектом це вимагає використання новітніх стратегій у міжнародному менеджменті для пристосування до нових умов та безпосередньо забезпечення стабільності бізнесу. Інновації: отже використання новітніх підходів дозволить інноваційно підходити до управління міжнародними операціями, що в результаті сприяє покращенню конкурентоспроможності та досягненню успіху в глобальних ринкових умовах.

Перелік використаних джерел :

1. Міжнародний менеджмент. Навчальний посібник. Київ «Центр учбової літератури». – 2011.
2. <https://library.if.ua/book>
3. В.В. Рокоча, Б. М. Одягайло, В. І. Терехов. Міжнародний менеджмент. Навчальний посібник . Київ 2016

СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ЩОДО ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕНЕРГЕТИЧНОГО РИНКУ ЄС

Енергетичний ринок Європейського Союзу у центрі уваги сучасного світу, оскільки енергетична безпека, стабільність постачання та перехід до стійких джерел енергії стають все більш критичними проблемами. Світові тенденції в енергетиці, зміни клімату та геополітичні фактори роблять цю тему надзвичайно важливою для подальшого розвитку країн ЄС та всього світу.

На фоні постійних змін у світовій політиці та економіці, енергетичний ринок ЄС стикається з низкою серйозних проблем. Споживання енергії зростає, але ресурси, необхідні для її виробництва стають обмеженими. Це викликає нестабільність цін на енергію та залежність від імпорту. Ще одним викликом для енергетичного ринку ЄС, стало вторгнення росії в Україну, та, в наслідок цього, скорочення чи припинення постачання російського викопного палива до ЄС, адже росія була основним постачальником сирової нафти та природного газу на європейські ринки, що вимагає трансформації енергетичної системи Європи для позбавлення залежності від енергоносіїв з росії. З цією метою Європейська комісія розробила план REPowerEU щодо створення доступного, безпечного, стійкого та сталого енергетичного ринку ЄС та поступового позбавлення ЄС залежності від російського викопного палива як відповідь на труднощі і порушення глобального енергетичного ринку, спричинені війною росії в Україні.

План REPowerEU базується на основних чотирьох напрямках [1]:

- енергоефективність та економії енергії;
- диверсифікація енергопостачання (шляхом збільшення обсягів імпорту скрапленого природного газу та імпорту традиційного газу від неросійських постачальників, а також збільшення обсягів виробництва та імпорту біометану та відновлюваного водню);
- прискорений перехід на «зелені» джерела енергії;
- ефективні інвестиції та реформи.

Крім того, проблема забруднення довкілля вимагає швидких заходів для переходу до стійких джерел енергії, що ставить під загрозу екологічну стійкість регіону, тому потрібно активно розвивати виробництво та використання відновлювальних джерел енергії, таких як сонячна та вітрова енергія, що допоможе знизити залежність від імпорту та зменшити негативний вплив на довкілля. Варто зазначити, що прискорення розвитку сектору відновлюваних джерел енергії є одним із пріоритетних напрямів плану REPowerEU, який передбачає підвищення частки відновлюваних джерел у кінцевому споживанні енергії до 45% до 2030 року [1].

Розвиток нових технологій та наукових досліджень також може значно полегшити розв'язання проблем енергетичного ринку ЄС. Інвестування у дослідження та розвиток енергоефективних технологій, а також у впровадження

новаторських методів виробництва та постачання енергії, може зменшити відчуття нестабільності на ринку та сприяти переходу до сталого енергетичного майбутнього. Зокрема, дослідження в області збереження енергії, сховищ вуглекислого газу, розвитку сонячних та вітрових електростанцій, а також розробка нових енергоефективних матеріалів можуть виявитися вирішальними для покращення енергетичної інфраструктури та забезпечення сталого розвитку ЄС. При цьому важливо також створювати сприятливі умови для комерціалізації нових технологій та стимулювати їхнє впровадження на практиці, щоб забезпечити ефективне використання наукових досягнень в енергетичній галузі.

Важливо також підтримувати розвиток інноваційних ринків та стартапів в енергетичній сфері, що забезпечить прискорення впровадження нових технологій та підвищить конкурентоспроможність галузі.

Для цього необхідно створювати сприятливі умови для інвестицій та досліджень у секторі відновлюваних джерел енергії та енергоефективності, а також сприяти співпраці між науково-дослідними установами, бізнесом та урядом. Такий підхід допоможе стимулювати інновації та забезпечить перехід до більш стійких та ефективних енергетичних систем в майбутньому.

Перелік використаних джерел:

1. Що входить до плану REPowerEU і як він допоможе Україні?. 25.05.2022.
URL: <https://euea-energyagency.org/uk/novyny-ta-podiyi/novyny-rynku/shho-vhodyt-do-planu-repowereu-i-yak-vin-dopomozhe-ukrayini/>

Віталій Бронецький, Ростислав Баглей
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ЕКОЛОГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасний розвиток економіки відбувається в умовах глобальної екологічної кризи, спричиненої дією антропогенних і техногенних факторів. Вплив підприємницької діяльності на природне середовище досяг критичної точки, і бездумна діяльність може призвести до світової катастрофи. Це настає переосмислення взаємодії процесів виробництва та навколишнього середовища, а також розробка нових підходів до екологічної відповідальності є об'єктивною необхідністю. Історично цей аспект мав мінімальну увагу у процесі управління розвитком на українських підприємствах.

На сучасному етапі розвитку цивілізації швидко почали з'являтися нові тенденції і технології у сфері управління.

Екологічний менеджмент - це система управління діяльністю підприємства (організації) у різних аспектах, напрямках та формах, що безпосередньо або опосередковано впливають на взаємовідносини підприємства з природним оточуючим середовищем [1].

Екологічний менеджмент відрізняється від управління тим, що він є орієнтованим на ринок механізмом, а не інструментом державного управління. Основною метою екологічного менеджменту є забезпечення найбільш конкурентоздатних рішень у сфері керування природоохоронною діяльністю.

У процесі проведення екологічного менеджменту першочерговим завданням є глибокий аналіз техніко-економічної та фінансової ситуації. Перше питання, на яке потрібно знайти відповідь, - це визначення виду продукції, який підприємство вироблятиме для відновлення свого потенціалу та нормального функціонування. Цьому передують аналіз усіх напрямів діяльності підприємства за критеріями конкурентоспроможності продукції (ціна, якість), ринкової частки, структури витрат і прибутковості. Друге питання - забезпечення економічної безпеки підприємства.

Цьому процесу передують гарантування фінансової стабільності (поточна безпека), ефективне використання ресурсів у процесі виробничо-господарської діяльності (тактична безпека) і можливість забезпечення виживання в умовах нестабільної економіки (стратегічна безпека). Метою безпеки є не лише захист здоров'я населення, але й захист навколишнього середовища, тому необхідно визначити показники, які кількісно оцінили б стан і якість останнього. До таких кількісних характеристик можна віднести ступінь наближеності стану екосистеми до границі її стійкості, де буде втрачена передбачуваність змін екосистеми.

Характерними рисами сучасного етапу розвитку екологічного менеджменту є:

- визнання того, що екологічний менеджмент є необхідною складовою стратегічної лінії поведінки і розвитку компанії в довгостроковій перспективі;
- розгляд екологічного менеджменту як цілком обґрунтованих виробничих витрат;
- орієнтація корпорацій під час вирішення екологічних проблем на якість продукції, інтереси суспільства і потреби споживачів, що передбачає застосування цілісного підходу до обліку екологічних витрат на рівні компанії;
- вимога до промислових підприємств беззаперечно дотримуватися екологічних принципів і впроваджувати ефективну систему екологічного менеджменту [2].

Під час впровадження екологічного менеджменту насамперед потрібно провести глибокий аналіз техніко-економічної та фінансової ситуації. Перше завдання полягає у визначенні виду продукції, який підприємство буде виробляти для відновлення свого потенціалу та забезпечення нормального функціонування. Для цього необхідно проаналізувати всі напрями діяльності підприємства з огляду на критерії конкурентоспроможності продукції (ціна, якість), ринкової частки, структури витрат і рівня прибутковості. Друге завдання полягає у забезпеченні економічної безпеки підприємства.

Для забезпечення ефективності функціонування екологічного менеджменту на підприємстві необхідно:

1. розробити перспективні шляхи використання для кожного виду відходів, що дозволять зменшити їх обсяги на ділянках підприємства та в природних екосистемах і водночас приносити екологічну та економічну вигоду;
2. звернути увагу на такі способи вирішення проблеми, які зменшать вплив виробничої діяльності на навколишнє середовище;
3. покращити законодавство України з питань екологічного менеджменту та державну політику у цьому напрямі;
4. розробити інноваційний механізм впровадження систем екологічного менеджменту на підприємствах України.

На сучасному етапі науково-технічного прогресу, разом з підвищенням екологічних вимог до технологій виробництва, екологічний менеджмент стає вирішальним фактором економіки, що визначає її подальший ефективний розвиток. Таким чином, важливо враховувати екологічні вимоги під час управління виробництвом, розробки нової продукції, маркетингових операцій, управління персоналом та фінансами, що вимагає формування системи екологічного менеджменту на підприємствах.

Перелік використаних джерел:

1. Касич А. О., Паламарчук В. А. Завдання екологічного менеджменту через призму розвитку концепції корпоративної відповідальності. *Економіка та суспільство*. Випуск # 31. 2021. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-31-3>
2. Василенко Л.О., Березницька Ю.О., Жукова О.Г. Розвиток екологічного менеджменту на підприємстві в умовах глобалізації економіки України. *Економіка та держава* № 8/, 2017. С. 62-65.

Павло Курніта, Лариса Вергун
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ВПЛИВ ГЛОБАЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ НА УПРАВЛІННЯ ТА ЛІДЕРСТВО В СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ

Глобальні трансформації у суспільстві, що включають тотальну цифровізацію та зростаючу конкуренцію у всіх сферах, вимагають перегляду змісту, функцій і ролі менеджера у будь-якій організації.

Однією з найбільш серйозних проблем теорії і практики менеджменту є підвищення якості управління сучасними організаціями. Зростання конкуренції між компаніями стимулюється інтелектуальними змінами, глобалізацією та переходом на постіндустріальний етап розвитку у багатьох країнах. Інформатизація, технологічний прогрес та міжнародна економічна інтеграція також значно впливають на систему управління організацій.

Деякі підприємства досягають успіху та розширюються на світовому ринку або розширюють свою діяльність, що збільшує їх капітал. Проте існують

і компанії, які знаходяться у занепаді або навіть стикаються з банкрутством. У таких умовах підприємства особливо потребують постійного вдосконалення системи управління для досягнення високої ефективності та забезпечення конкурентоспроможності на ринку.

Це передбачає розвиток злагодженої команди, що можливий лише за умови наявності лідера, який координує роботу свого колективу.

Проблеми управління та керівництва є важливими для досягнення ефективності в організації. З одного боку, лідерство характеризується певним набором якостей, які дозволяють успішно впливати на інших. З іншого боку, воно представляє собою процес несилового впливу на досягнення цілей організації. Для забезпечення ефективності роботи організації необхідно виконання всіх функцій менеджменту. Лідерство пронизує всю систему управління, оскільки без ефективного керівництва важко досягти успіху в функціях планування, організації, мотивації та контролю. Лідери повинні бути здатні стимулювати інших, позитивно впливати на них і вести до досягнення сприятливих результатів.

Під час дослідження впливу лідерства на ефективність роботи організації, цілеспрямовано використовують поняття "управлінський лідер". Згідно з нашою точкою зору, управлінський лідер - це особа, яка успішно поєднує в собі лідерські та менеджерські якості. Як менеджер, він використовує свої законні повноваження та статусну владу для ефективного вирішення організаційних завдань, а як лідер, він використовує особистий вплив на підлеглих.

За своїм статусом управлінський лідер є керівником - це ідеальний тип керівника, який поєднує в собі якості лідера та менеджера. Управлінське лідерство проявляється, передусім, у вдосконаленні організаційної культури, що допомагає розвивати елементи, які забезпечують ефективну діяльність компанії для досягнення стратегічних цілей.

Взаємини лідерства присутні на всіх рівнях компанії, відображаючи встановлені взаємини сил, влади і впливу на процеси міжособистісного спілкування та організаційної діяльності. Феномен управлінського лідерства виникає тоді, коли підлеглі визнають авторитет і вплив свого керівника не лише через статусну владу, але й через силу його особистості. Управлінський лідер має можливість використовувати ресурси організації, недоступні менеджерам-нелідерам або неформальним лідерам груп у складі компанії.

Ефективність управлінського лідерства, що є основою успішності організації, визначається здатністю планувати і впроваджувати зміни відповідно до стратегічних ідей і цілей. Ефективний управлінський лідер повинен вміти подолати опір змінам. Специфіка управлінського лідерства визначає особливості оцінки його ефективності. Модель оцінки ефективності управлінського лідерства в значній мірі залежить від його здатності створювати організаційну структуру і використовувати процедури, що гарантують результативність діяльності [1].

Отже, глобалізація та інформатизація суспільного розвитку впливають на інституційну природу лідерства в компаніях. Лідерство в управлінні

організацією розглядається як складне поняття, що відображає різноманітність управлінських процесів, а також плюралізм форм організацій.

Перелік використаних джерел:

1. Кожушко Л. Ф., Щербакова А. С. Лідерство як передумова ефективної системи менеджменту організації. *Вісник НУВГП. Серія «Економічні науки».* Випуск 4(92) 2020 р. С.85-95.

Леонід Шевчук

Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ОПТИМІЗАЦІЯ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В ЕПОХУ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ ТНК

Глобалізація суттєво впливає на транснаціональний бізнес, вимагаючи нових підходів до управління та оптимізації корпоративної системи. В цьому контексті роль та значення материнської компанії зазнають змін, ставлячи перед ними нові виклики та вимоги. Сучасна динаміка ринку змушує транснаціональні корпорації (ТНК) постійно адаптуватися та шукати ефективні стратегії розвитку. Основою зростання капіталізації та забезпечення конкурентних переваг ТНК на міжнародному рівні є вдосконалення системи корпоративного управління.

Експерти Всесвітнього банку та Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) у 1999 році визначили корпоративне управління як ключовий фактор підвищення економічної ефективності, що виходить за межі інтересів лише акціонерів та корпорацій і слугує джерелом конкурентоспроможності країн, а також важливим чинником економічного та соціального прогресу [1].

Однією з найважливіших складових ефективного корпоративного управління є забезпечення гармонізації інтересів різних груп зацікавлених сторін, включаючи акціонерів, вище керівництво, співробітників та інші зацікавлені особи. Важливим є вибудовування ефективних комунікацій та стратегій, які сприятимуть стабільному розвитку та досягненню загальних цілей компанії.

Повне визначення корпоративного управління надає ОЕСР, яке описує його як систему, що забезпечує керівництво та контроль у компаніях. Ця система передбачає наявність визначених відносин між менеджментом компанії, її радою директорів, акціонерами та іншими зацікавленими суб'єктами. Корпоративне управління створює структуру для визначення цілей компанії, засобів досягнення цих цілей та контролю за її діяльністю. Належне корпоративне управління створює необхідні стимули для досягнення встановлених цілей в інтересах компанії та акціонерів, а також сприяє здійсненню ефективного контролю, заохочуючи тим самим більш раціональне використання ресурсів компанії [2].

У контексті глобалізації та зростаючої конкуренції на міжнародних ринках, корпоративне управління стає ключовим фактором, що впливає на здатність ТНК адаптуватися, виживати та процвітати. Оптимізація управлінських процесів, взаємодія з усіма зацікавленими сторонами та постійне підвищення ефективності діяльності є вирішальними елементами для забезпечення довгострокового успіху та стійкого розвитку компаній в умовах глобальної економіки.

Перелік використаних джерел:

1. World Bank. Why Corporate Governance? (2008). Washington, D.C. World Bank Group. URL: <http://documents.worldbank.org/curated/en/099521201032331197/IDU0fbdc68130681b04fd9087600f0f4ebd1a4c3>
2. OECD (2023), G20/OECD Principles of Corporate Governance (2023), OECD Publishing, Paris, URL: <https://doi.org/10.1787/ed750b30-en>
3. Bui, H. and Krajcsák, Z. (2024), "The impacts of corporate governance on firms' performance: from theories and approaches to empirical findings", Journal of Financial Regulation and Compliance, Vol. 32 No. 1, pp. 18-46. URL: <https://doi.org/10.1108/JFRC-01-2023-0012>

Руслан Корінь, Максим Живко
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ГЕОПОЛІТИЧНІ ТЕНДЕНЦІЇ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ У ВИРОБНИЦТВІ ЗБРОЇ ТА ВІЙСЬКОВОЇ ТЕХНІКИ ПІД ЧАС САНКЦІЙНОГО ТИСКУ

Управління конкурентоспроможністю в області виробництва зброї та військової техніки в умовах санкційного тиску визначається низкою складних факторів, які включають геополітичну ситуацію, економічні умови, технологічний розвиток та стратегії маркетингу. Специфіка виробництва зброї та військової техніки передбачає особливий підхід до управління конкурентоспроможністю, особливо в умовах геополітичних криз та економічних обмежень. Санкції, накладені на країни-виробники, можуть значно обмежити можливості експорту та співпраці в оборонній галузі, що ставить підприємства цього сектора перед складними викликами.

Однією з основних тенденцій є пошук альтернативних ринків. Виробники зброї та військової техніки шукають нові ринки збуту та партнерів для співпраці, зокрема в країнах, які не зазнали впливу економічних санкцій. Це може включати пошук нових контрактів у країнах, які розвивають свої оборонні потенціали або вже мають старі зв'язки з виробниками зброї [1].

Ще однією тенденцією є зосередження на внутрішньому ринку. Умови санкцій можуть призвести до скорочення зовнішнього збуту, тому виробники

зброї звертають увагу на задоволення потреб власних військових та правоохоронних сил, а також розвиток внутрішнього ринку збуту. Однак, на крок з управлінням конкурентоспроможністю впливають інновації та технологічний розвиток. Швидкий темп технологічних змін ставить виробників перед завданням постійного оновлення продукції та впровадження нових технологій для забезпечення переваги на ринку.

Стратегії маркетингу також відіграють важливу роль. В умовах санкційного тиску виробники зброї шукають ефективні методи просування своїх продуктів на міжнародному ринку, використовуючи різноманітні маркетингові канали та стратегії. Сучасні тенденції управління конкурентоспроможністю в умовах санкційного тиску полягають у пошуку альтернативних ринків, зосередженні на внутрішньому ринку, інноваціях та технологічному розвитку, а також в ефективному маркетингу [2]. Ці стратегії допомагають виробникам зброї та військової техніки зберегти свою конкурентоспроможність і забезпечити стабільність у складних умовах глобального ринку.

Геополітичні тенденції грають ключову роль у виробництві зброї та військової техніки під час санкційного тиску. Зовнішня політика, міжнародні відносини та геостратегічні інтереси країн впливають на управління конкурентоспроможністю в цій галузі. Ось кілька ключових аспектів геополітичних тенденцій у цьому контексті (Табл. 1).

Таблиця 1

**Геополітичних тенденцій у виробництві зброї та військової техніки
під час санкційного тиску**

Характеристика	Геополітичні тенденції управління конкурентоспроможністю
Геополітичні конфлікти та кризи	впливають на умови зовнішнього ринку та вимагають маневреності та реагування;
Політична стабільність та ризики	впливають на можливості військово-технічного співробітництва та зміни в попиті;
Економічні санкції та обмеження	можуть призвести до обмеження військово-технічного співробітництва та змін у структурі попиту;
Геополітична стратегія виробників	визначає шляхи реалігування та зміни геополітичних пріоритетів;
Геостратегічні інтереси	впливають на замовлення, технологічні перспективи та умови співробітництва.

Геополітичні конфлікти і кризи, такі як війна в Україні або військові операції на Близькому Сході, можуть спричинити зміни в умовах зовнішнього ринку для виробників зброї. Маневреність і реагування на такі ситуації може визначити конкурентну позицію підприємств в цих регіонах. Нестабільність урядів, політична неспроможність або внутрішні конфлікти у країнах-партнерах можуть впливати на можливості військової співпраці та сприяти змінам у зовнішньому попиті на зброю та військову техніку [3].

Накладення економічних санкцій на країни-виробники або країни-споживачі може призвести до обмеження військово-технічного співробітництва та змін у структурі попиту на військову продукцію. Виробники зброї можуть реалігувати свою геополітичну стратегію, шукаючи нових партнерів або

змінюючи свої ринкові пріоритети в умовах змін на міжнародній арені. Геостратегічні інтереси великих держав, таких як США, Росія, Китай та країни Європи, можуть впливати на замовлення, технологічні перспективи та умови військово-технічного співробітництва.

Враховуючи ці аспекти, виробники зброї та військової техніки повинні розробляти гнучкі стратегії управління конкурентоспроможністю, які б дозволили їм ефективно адаптуватися до змін на міжнародній арені та забезпечувати стабільність у своєму бізнесі.

Геополітичні тенденції мають значний вплив на управління конкурентоспроможністю у виробництві зброї та військової техніки, особливо під час санкційного тиску. Політичні конфлікти та зони напруження можуть змінювати обсяги військових витрат країн, впливаючи на замовлення та розподіл контрактів. Економічні санкції можуть обмежувати можливості торгівлі, змінюючи структуру замовлень та збуту. Технологічний прогрес відіграє ключову роль у конкурентній боротьбі, вимагаючи постійного оновлення продукції. Міжнародні альянси та партнерства можуть стати стратегічними для збереження конкурентоспроможності. Глобальні геополітичні тенденції, такі як вплив великих держав та геостратегічні зміни, також мають вагомий вплив у формуванні стратегій управління конкурентоспроможністю. Урахування всіх цих факторів є критичним для успішного управління в умовах санкційного тиску та геополітичних нестабільностей [5].

Геополітичні тенденції мають величезний вплив на управління конкурентоспроможністю у виробництві зброї та військової техніки, особливо у контексті санкційного тиску. Політичні конфлікти та напружені міжнародні відносини можуть значно впливати на замовлення та розподіл контрактів у цій галузі. Наприклад, зростання напруженості у певній геополітичній області може призвести до збільшення витрат на оборону у країнах, що переживають конфлікт, і, відповідно, до збільшення замовлень на військову техніку та зброю.

Економічні санкції також можуть серйозно впливати на галузь виробництва зброї та військової техніки. Обмеження у торгівлі та фінансуванні може призвести до скорочення міжнародних замовлень, зміни структури ринку та збуту продукції. Деякі країни можуть використовувати санкції як засіб впливу на інші держави, що також може відобразитися на паттернах замовлень та розподілі контрактів.

Технологічний прогрес також грає ключову роль у конкурентній боротьбі в цій галузі. Сучасна військова техніка та зброя потребують постійного оновлення та вдосконалення, щоб відповідати сучасним вимогам. Тому компанії, що займаються виробництвом зброї та військової техніки, постійно змушені інвестувати в дослідження та розвиток нових технологій для забезпечення своєї конкурентоспроможності.

Створення та підтримка міжнародних альянсів та партнерств може стати ключовим стратегічним кроком для збереження конкурентоспроможності у галузі виробництва зброї та військової техніки. Спільні проекти та співпраця між компаніями можуть допомогти зменшити витрати на дослідження та розробку,

підвищити ефективність виробництва та забезпечити доступ до нових технологій.

Необхідність уважного аналізу глобальних геополітичних тенденцій та вміння адаптуватися до них стає критично важливою у управлінні конкурентоспроможністю у виробництві зброї та військової техніки, особливо під час санкційного тиску та геополітичних нестабільностей.

Перелік використаних джерел:

1. Miloradović N. M. Contemporary security challenges and their impact on the increase of the military spending and the budget for the development and procurement of weapons and military equipment. *Vojno delo*. 2023. № 75(3). 30-47.
2. Olsen, K. B. Geoeconomic diplomacy: reforming the instrumentalization of economic interdependencies and power. In *The Palgrave Handbook of Diplomatic Reform and Innovation*. Cham: Springer International Publishing. 2023. pp. 649-671.
3. Sovacool, B. K., Baum, C., & Low, S. The next climate war? Statecraft, security, and weaponization in the geopolitics of a low-carbon future. *Energy Strategy Reviews*. 2023. № 45. 101031.
4. Bauerle Danzman, S., Meunier, S. The EU's Geoeconomic Turn: From Policy Laggard to Institutional Innovator. *JCMS: Journal of Common Market Studies*. 2024.
5. Loza, V., Myronenko, V., Myronenko, P., Smolianiuk, V., Chelak, O. The escalation of military threats as a reality of modern geopolitics. *Multidisciplinary Science Journal*. 2024. 6.

Олександр Завінський
Західноукраїнський національний університет,
м. Тернопіль
Науковий керівник:
доктор економічних наук, професор Зварич Р.Є.

РЕКРУТИНГ ТА HR В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ

Рекрутинг і HR (людські ресурси) є двома життєво важливими функціями будь-якої організації. Вони мають справу з людьми, але по-різному. HR відповідає за управління загальним досвідом співробітників, від найму до виходу на пенсію. Рекрутинг зосереджений на пошуку та залученні найкращих талантів для потреб організації. Обидві функції стикаються з багатьма проблемами на сучасному конкурентному та динамічному ринку, такими як дефіцит талантів, різноманітність та залученість, залучення працівників, утримання та дотримання вимог. Часто межі між рекрутингом і HR можуть бути розмитими. Деякі організації мають окремі команди для кожної функції, тоді як інші мають комбінований відділ кадрів і рекрутингу. Деякі рекрутери також виконують завдання з управління персоналом, такі як адаптація, навчання та управління продуктивністю. Деякі фахівці з кадрів також беруть участь у пошуках, перевірці та співбесіді з кандидатами [1].

Так, рекрутинг – це процес виявлення, залучення та найму кваліфікованих кандидатів на певну посаду. Основна мета рекрутингу – заповнити відкриті вакансії в організації найкращими з можливих талантів. Ролі рекрутерів включають:

Пошук: пошук потенційних кандидатів із різних джерел, таких як оголошення про роботу, соціальні мережі, рекомендації та мережі.

Перевірка: оцінка резюме, навичок і кваліфікації кандидатів на основі вимог до роботи.

Співбесіда: проведення співбесід з кандидатами по телефону, відео або особисто, щоб оцінити їх відповідність ролі та організації.

Пропозиція: обговорення заробітної плати, пільг та інших умов працевлаштування з обраними кандидатами та надання їм пропозиції.

Наймання: завершення процесу найму – перевірка репутації, перевірка рекомендацій і оформлення документів, а також прийом нових працівників в організацію [2].

Основні обов'язки рекрутерів включають: розробку та впровадження ефективних стратегій найму та планів для задоволення потреб та цілей організації щодо найму; побудову та підтримку міцних відносин із кандидатами, менеджерами з найму та іншими зацікавленими сторонами протягом усього процесу найму; створення та розміщення привабливих і точних описів роботи та оголошень на різних платформах; використання різноманітних інструментів і методів, таких як Системи відстеження кандидатів (ATS), програмне забезпечення для підбору персоналу та соціальні медіа, для спрощення й оптимізації процесу підбору персоналу; надання позитивного та привабливого досвіду кандидата та забезпечення своєчасного та чіткого спілкування з кандидатами; вимірювання та звітування про показники найму, такі як час найму, вартість найму, якість найму та задоволеність кандидата [2].

Різниця між рекрутингом і HR полягає в:

сфері – рекрутинг в основному пов'язаний із пошуком і наймом відповідних кандидатів для організації, тоді як відділ кадрів бере участь в управлінні всім життєвим циклом співробітника, від найму до виходу на пенсію;

фокусі – рекрутинг зосереджений на зовнішньому ринку талантів, тоді як HR зосереджений на внутрішньому кадровому резерві;

навичках – підбір персоналу вимагає таких навичок, як пошук джерел, перевірка, співбесіда та ведення переговорів, тоді як HR вимагає таких навичок, як планування, навчання, управління та дотримання вимог;

інструментах – рекрутинг використовує такі інструменти, як ATS, програмне забезпечення для підбору персоналу та соціальні мережі, тоді як відділ кадрів використовує такі інструменти, як програмне забезпечення для кадрів, програмне забезпечення для розрахунку заробітної плати та опитування співробітників;

метриці – рекрутинг вимірює такі показники, як час найму, вартість найму, якість найму та задоволеність кандидата, тоді як HR вимірює такі показники, як задоволеність співробітників, утримання, плинність кадрів і продуктивність.

Перелік використаних джерел:

1. Ahearn A. Introduction to Hiring and Recruiting Strategy. Udemy. 2017. URL: <https://www.udemy.com/course/introduction-to-hiring-and-recruiting-strategy>
2. Schumann Ann. What Is the Difference Between Recruiting and HR? Mantal. 2023. URL: <https://www.manatal.com/blog/recruiting-and-hr>

*Ihor Toman,
Maksym Zhyvko*
West Ukrainian National University
Ternopil

NAVIGATING GLOBAL MARKETS: APPLE'S APPROACH TO INTERNATIONAL MANAGEMENT

In an era defined by globalization, technology companies like Apple Inc. face the monumental task of managing operations across vastly different markets. Apple's success in navigating these global markets is not incidental but the result of meticulously crafted international management strategies. One of the hallmarks of Apple's international management strategy is its unique blend of centralized decision-making with local market adaptation. At its core, Apple maintains a stringent control over its product development, branding, and marketing strategies from its headquarters in Cupertino, California. However, the company profoundly understands the importance of localizing its marketing efforts and product offerings to meet the specific needs of various markets.

For instance, Apple tailors its App Store offerings to reflect local user preferences and complies with local regulations, which is evident in its operations in China. The company also offers localized versions of its software and services, such as Siri, to cater to local languages and cultural nuances [1].

Apple's supply chain is a testament to its effective international management. The company has mastered the art of global supply chain management, sourcing components from various countries and assembling products in facilities primarily located in China. This global supply chain not only optimizes costs but also ensures the timely delivery of Apple products to markets around the world.

Moreover, Apple continuously assesses its supply chain for risks and opportunities, allowing the company to respond swiftly to global economic changes, such as tariffs, trade wars, and pandemics. This agility was demonstrated during the COVID-19 pandemic, as Apple quickly adapted its supply chain strategies to mitigate disruptions [2].

Understanding and respecting local cultures is another crucial element of Apple's international management strategy. The company's product launches, advertisements, and even store designs are often customized to resonate with local cultures and values. For example, Apple Stores in Japan feature minimalist designs that reflect the local aesthetic, while the company's emphasis on privacy in marketing appeals to European consumers' values. Furthermore, Apple engages with local

communities through education and environmental initiatives, enhancing its corporate social responsibility and strengthening its brand image in international markets.

Apple's ability to innovate and lead in technology is significantly supported by its approach to leveraging global talent. The company employs a diverse workforce from around the globe, bringing a wide range of perspectives and expertise to its operations. This diversity is not only a source of innovation but also enables Apple to better understand and serve its global customer base [3].

Apple has long recognized that environmental sustainability is not just a corporate responsibility but also a strategic advantage in global markets. The company's commitment to becoming 100% carbon neutral across its entire business, manufacturing supply chain, and product life cycle by 2030 is a testament to its forward-thinking approach. By prioritizing renewable energy sources, Apple not only mitigates its environmental impact but also appeals to the growing global consumer base that values sustainability. This strategy enhances Apple's brand image and loyalty, particularly in markets like Europe where environmental consciousness is high.

At the heart of Apple's international management strategy is a commitment to unparalleled customer experience. This commitment is evident in the way Apple integrates local insights into its retail operations. Apple Stores worldwide are designed to offer a uniform experience, yet subtle localizations enhance the customer journey. For instance, in Dubai, the Apple Store features motorized solar wings that respond to the environmental conditions, combining local architectural styles with Apple's design principles [4]. These tailored experiences reinforce Apple's global brand identity while respecting local preferences and cultural heritage.

Apple's success in international markets is also driven by its tightly integrated digital ecosystem, comprising hardware, software, and services that work seamlessly together. This ecosystem strategy not only fosters customer loyalty but also creates barriers to switching for competitors. In international markets, Apple has adeptly expanded its ecosystem through localized services and content. For example, Apple Music and the App Store offer region-specific content that caters to local tastes, from Bollywood hits in India to K-pop in South Korea. By continually adapting its ecosystem to meet local preferences, Apple not only retains its existing user base but also attracts new customers in international markets.

Operating across multiple international markets, Apple faces a complex web of regulatory environments. The company's approach to navigating these challenges involves a combination of diplomacy and flexibility. Apple engages with governments and regulatory bodies to shape policies that support innovation while complying with local laws and regulations. For instance, in response to regulatory pressures in the EU and China regarding data privacy and security, Apple has made significant adjustments to its operations, such as offering data centers within these regions to comply with local data sovereignty laws.

Apple's approach to international management, characterized by its environmental sustainability initiatives, focus on customer experience, integration of its digital ecosystem, and adept navigation of regulatory landscapes, provides a blueprint for global success. These strategies demonstrate Apple's ability to not only adapt to the complexities of global markets but also to anticipate and shape future

trends. As Apple continues to expand its global footprint, its strategies will likely evolve to meet the changing dynamics of international business [5]. However, the core principles of its approach – innovation, adaptability, and a deep understanding of local markets – will undoubtedly remain central to its continued success.

Apple's journey through the intricacies of international management offers valuable insights for any company looking to thrive in the global marketplace. The blend of global consistency with local relevance, underpinned by a commitment to sustainability and customer-centricity, is a model that many can learn from.

Apple's approach to international management illustrates the company's strategic agility in balancing global standardization with local customization. Through centralized decision-making, supply chain excellence, cultural sensitivity, and leveraging global talent, Apple effectively navigates the complexities of global markets. This strategy has not only sustained Apple's growth but also cemented its status as a global leader in technology. As global markets continue to evolve, Apple's dynamic approach to international management will undoubtedly serve as a benchmark for companies aspiring to achieve global success.

References:

1. Kotabe, M. M., Helsen, K. Global marketing management. John Wiley & Sons. 2022.
2. Jeong, I., Jean, R. J. B., Kim, D., Samiee, S. Managing disruptive external forces in international marketing. *International Marketing Review*. 2023. № 40(5). 936-956.
3. Cui, V., Vertinsky, I., Wang, Y., Zhou, D. Decoupling in international business: The 'new' vulnerability of globalization and MNEs' response strategies. *Journal of International Business Studies*. 2023. № 54(8). 1562-1576.
4. Coche, E., Kolk, A., Ocelík, V. Unravelling cross-country regulatory intricacies of data governance: the relevance of legal insights for digitalization and international business. *Journal of International Business Policy*. 2023. 1-16.
5. Mithani, M. A. Scaling digital and non-digital business models in foreign markets: The case of financial advice industry in the United States. *Journal of World Business*. 2023. № 58(4). 101457.

Deng Yanru

Chongqing City, China

West Ukrainian National University, Ternopil, Ukraine

Supervisor: DSc, Professor Roman ZVARYCH

EMPLOYEE WELFARE MANAGEMENT

In modern enterprises, employee welfare management is regarded as an important human resource management measure. Many organizations recognize that providing good employee benefits can attract and retain outstanding talent and improve

employee job satisfaction and loyalty. However, my company has some problems with employee welfare management.

There are many factors affecting this problem.

1. Unreasonable welfare policy. The company's welfare policy is not flexible and cannot meet the needs of different employees. For example, some employees are more interested in flexible working hours, while others are more focused on health insurance and retirement plans. Therefore, we need to re-evaluate and redesign the company's welfare policies to ensure meeting the various needs and expectations of the employees.

2. Optransparent welfare communication. The company has problems in communicating welfare information to employees. Sometimes, employees do not know enough about the benefits they enjoy, which leads employees to ignore some of the benefits that should be used. Therefore, we need to improve benefits communication strategies to ensure that employees fully understand their welfare interests and how to make the most of those benefits.

3. Lack of employee feedback mechanism. The company lacks an effective employee feedback mechanism to evaluate the employee's satisfaction with the welfare policy and to make suggestions for improvement. This makes the company unable to obtain the employees' real thoughts and opinions about the welfare management. Therefore, we need to establish a feedback mechanism, such as regular employee satisfaction surveys, to improve our welfare management strategy.

From the existing literature resources, we can learn about the following content to solve the existing problems:

1. Rationality flexibility. According to research, flexible welfare policies can improve employees' job satisfaction and loyalty. Therefore, we need to adopt flexible welfare policies to allow employees to choose the welfare programs that they are interested in according to their needs and priorities.

2. Clear and transparent communication. Research has shown that good welfare communication can improve employees' awareness of the welfare plan and promote them to make full use of these benefits. We can enhance benefits communication by organizing regular meetings, sending emails or posting information on the company website and ensure transparency in benefits policies.

3. Establishing feedback mechanism. Research shows that the establishment of employee feedback mechanism can help enterprises understand employees' satisfaction with welfare policies and improve their strategies. We can collect employee feedback through regular and anonymous employee satisfaction surveys, welfare consultation meetings, and employee suggestion boxes.

For the employee welfare management problem of our company, we can take the following measures to solve the problem:

First of all, reevaluate and redesign benefit policies to meet the needs and expectations of different employees; secondly, improve benefits communication strategies to ensure that employees are fully aware of their benefit rights; finally, establish a feedback mechanism to collect employee feedback on welfare management and suggestions for improvement.

References:

1. Cascio, W. F. (2018). *Managing human resources: productivity, quality of work life, profits*. McGraw-Hill Education.
2. Milkovich, G. T., Newman, J. M., & Gerhart, B. (2020). *Compensation*. McGraw-Hill Education.
3. Gomez-Mejia, L. R., Balkin, D. B., & Cardy, R. L. (2016). *Managing human resources*. Pearson Education.
4. Heneman, H. G., Judge, T. A., & Kammeyer-Mueller, J. D. (2018). *Staffing organizations*. Routledge.
5. Wright, P. M., & McMahan, G. C. (2011). Exploring human capital: putting 'human' back into strategic human resource management. *Human resource management journal*, 21(2), 93-104.

Wang Cheng

Chongqing City, China

West Ukrainian National University, Ternopil, Ukraine

Supervisor: DSc, Professor Roman ZVARYCH

CHALLENGES IN IMPLEMENTING AGILE MANAGEMENT PRACTICES TRADITIONAL ORGANIZATIONS

Agile management practices have gained significant traction in recent years due to the increasing adoption of agile methodologies in software development and project management. The Agile Manifesto, which emphasizes collaboration, adaptability, and iterative development, has revolutionized the way organizations approach project execution. However, implementing agile management practices in traditional organizations can be challenging due to various reasons. This paper aims to elaborate on the problems associated with implementing agile management practices in traditional organizations and provide an in-depth analysis of these challenges.

Traditional organizations often have rigid hierarchies, top-down decision-making processes, and a focus on command-and-control management styles. These organizations have well-established procedures, protocols, and standardized practices that might hinder the implementation of agile management practices. Agile practices, on the other hand, require significant organizational and cultural changes to be successful. The implementation of agile management practices faces the following problems:

Resistance to Change: Traditional organizations are usually resistant to change, as they have been operating under a specific set of rules and practices for a long time. Implementing agile practices requires a significant shift in mindset, roles, and responsibilities. Employees may resist the change due to fear of job insecurity, a lack of understanding of agile principles, or skepticism about the benefits of agile management.

Lack of Cross-functional Collaboration: Agile management practices emphasize the importance of cross-functional collaboration and self-organizing teams. In

traditional organizations, departments and functions often work in silos with limited collaboration. This lack of collaboration can hinder the successful implementation of agile practices, as it requires breaking down departmental barriers and encouraging collaboration across different teams and functions.

Incompatible Performance Measurement and Incentive Systems: Traditional organizations often have performance measurement and incentive systems in place that are designed to support hierarchical, command and control management styles. These systems focus on individual performance, meeting predetermined targets, and following fixed plans. Agile practices, however, promote team-based performance, adaptability, and frequent re-planning. The misalignment between the existing performance measurement and incentive systems and agile practices can undermine the motivation and commitment of employees to adopt agile management practices.

The challenges identified above highlight the need for organizations to carefully plan and execute the implementation of agile management practices in traditional settings. It is crucial to address these challenges through several strategies. Firstly, organizations need to create awareness and understanding about agile principles and practices among employees by providing training, workshops, and supportive resources. This will help mitigate the resistance to change and foster a shared understanding of the benefits of agility.

Additionally, organizations should consider restructuring and reorganizing their teams to facilitate cross-functional collaboration. This can be achieved through implementing collaborative tools and establishing clear communication channels. By breaking down departmental barriers, organizations can create an environment that supports agile practices and encourages collaboration.

Furthermore, organizations need to revise their performance measurement and incentive systems to align with the principles of agile management. This might involve shifting the focus from individual performance to team performance, emphasizing collaboration and learning, and incorporating metrics that reflect the adaptability and incremental progress inherent in agile practices.

Implementing agile management practices in traditional organizations can be a complex process marred by several challenges. The resistance to change, lack of cross-functional collaboration, and incompatible performance measurement and incentive systems are major roadblocks that organizations must address to successfully implement agile practices. By creating awareness, fostering collaboration, and aligning performance measurement and incentives, organizations can overcome these challenges and embark on a successful agile transformation.

References:

1. Sutherland, J., & Schwaber, K. (2017). *The Scrum guide*. Scrum.org.
2. Goldman, S. L., Nagel, R. N., & Preiss, K. (1995). *Agile competitors and virtual organizations: Strategies for enriching the customer* (Vol. 42). Van Nostrand Reinhold.
3. Highsmith, J. A. (2002). *Agile project management: creating innovative products*. Pearson Education.
4. Larman, C. (2004). *Agile and iterative development: a manager's guide*. Addison-Wesley Professional.

Zhang Qian
Chongqing City, China
West Ukrainian National University, Ternopil, Ukraine
Supervisor: DSc, Professor Roman ZVARYCH

THE CHALLENGES OF PERFORMANCE MANAGEMENT IN A REMOTE WORK ENVIRONMENT

With the advent of technology and the COVID-19 pandemic, many organizations have transitioned to remote work setups. This shift has posed several challenges in managing employee performance effectively. Traditional performance management methods may not be suitable for remote workers, and new strategies must be developed to address the unique needs and circumstances of remote employees.

The problem lies in the difficulty of assessing and managing employee performance in a remote work environment, as it lacks the physical presence and face-to-face interaction typical of traditional office settings. Traditional performance management tools, such as performance reviews, may not be as effective in a remote work environment and may need to be adapted or replaced. Moreover, remote workers may experience higher levels of isolation and disengagement, which can negatively impact their performance. Identifying and addressing these challenges is crucial to ensuring continuous progress and success.

In a remote work setup, regular communication and feedback channels become essential to keep employees engaged and motivated. Traditional methods such as email and video conferences may not be sufficient. Organizations need to explore technology solutions and tools that facilitate real-time communication, collaboration, and feedback between managers and remote employees.

Goal Setting and Performance Metrics: Defining clear goals and performance metrics becomes challenging when managing remote workers. Managers need to establish measurable objectives that are easily understandable and trackable to ensure accountability and transparency.

Opportunities for employee development and training may be limited in a remote work environment. Organizations should find innovative ways to provide learning opportunities, such as online training modules or virtual workshops, to enhance employee skills and knowledge. **d. Performance Recognition and Rewards:** Recognizing and rewarding employee performance is crucial for motivation and engagement. However, in a remote work setting, traditional methods such as public acknowledgment or physical rewards may not be viable. Organizations need to explore remote-friendly recognition strategies to ensure employees feel valued and appreciated. **e. Work-Life Balance:** Remote work can blur the boundaries between personal and professional life, leading to potential burnout. Managers should encourage work-life balance by promoting self-care practices, setting clear expectations, and providing resources to support employees' mental and physical well-being.

In conclusion, managing employee performance in a remote work environment poses several challenges. To overcome these challenges, organizations need to adapt their performance management strategies by enhancing communication and feedback channels, setting clear goals and metrics, providing opportunities for employee development, implementing remote-friendly recognition strategies, and promoting work-life balance. A proactive and flexible approach is crucial to ensure effective performance management and employee engagement in a remote work environment.

References:

1. Aggarwal, P. (2020). Performance Management Amid COVID-19: Ideas for Transitioning to Remote Work. *Performance Improvement*, 59(10), 28-32.
2. Anitha, J. (2014). Determinants of Employee Engagement and Their Impact on Employee Performance. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 63(3), 308-323.
3. Braun, S., & Peus, C. (2019). Leaders' Role in Supporting Distance Learning: The Role of Transformational Leadership, Emotional Intelligence, and Virtual Distance. *Journal of Educational Computing Research*, 57(4), 936-966.
4. Groth, M., & Hennig-Thurau, T. (2009). Customer Reactions to Emotional Labor: The Roles of Employee Acting Strategies and Customer Detection Accuracy. *Academy of Management Journal*, 52(5), 958-974.
5. Hong, Y. Y., & Liao, H. (2014). Ambidextrous Leadership and Employee Self-Efficacy: Test of a Multilevel Hypothesis. *Journal of Organizational Behavior*, 35(2), 267-286.

СЕКЦІЯ 5. СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ

Юрій Шуліга, Максим Живко
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ДЛЯ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ТА УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В МУЛЬТИНАЦІОНАЛЬНИХ КОМПАНІЯХ

У сучасному світі, де мультинаціональні компанії (МНК) стикаються з постійно зростаючою кількістю ризиків, ефективне управління ризиками стає ключовим фактором їхнього успіху та стійкості. Технології штучного інтелекту (ШІ) надають унікальні можливості для ідентифікації, аналізу та управління ризиками, дозволяючи МНК адаптуватися до динамічного глобального бізнес-середовища. Використання штучного інтелекту в управлінні ризиками охоплюють кілька ключових концепцій, зокрема алгоритми машинного навчання, аналітику даних і прогнозне моделювання. Ці компоненти спільно сприяють розробці складних інструментів, здатних аналізувати величезні масиви даних для визначення закономірностей, аномалій і тенденцій, які вказують на потенційні ризики.

ШІ може обробляти величезні обсяги даних з різноманітних джерел, включаючи внутрішні корпоративні дані, новинні статті, звіти про ринкові тенденції та соціальні медіа, для ідентифікації потенційних ризиків. Алгоритми машинного навчання здатні виявляти закономірності та аномалії, які можуть вказувати на економічні, політичні, соціальні або технологічні ризики. Використовуючи історичні дані та поточні тренди, ШІ може допомогти у прогнозуванні майбутніх ризиків, оцінюючи їх потенційний вплив на діяльність компанії. Це дозволяє МНК розробляти стратегії управління ризиками та адаптуватися до можливих змін у бізнес-середовищі [1].

У сучасному бізнес-середовищі поява технологій штучного інтелекту революціонізувала підхід до ідентифікації ризиків і управління ними, особливо в сфері мультинаціональних компаній. Цей прогрес пропонує зміну парадигми від традиційних практик управління ризиками, забезпечуючи більш динамічну, прогностичну та ефективнішу структуру. Інтеграція технологій штучного інтелекту в процеси управління ризиками не тільки покращує здатність передбачати й пом'якшувати потенційні загрози, але й сприяє активній культурі інновацій і стійкості до глобальних невизначеностей.

ШІ може автоматизувати багато процесів управління ризиками, від моніторингу ризиків до реалізації заходів щодо їх мінімізації. Це звільняє ресурси компанії для зосередження на стратегічних завданнях та інноваціях.

Попри значний потенціал, використання ШІ для управління ризиками в МНК супроводжується певними викликами.

До них належать питання конфіденційності та безпеки даних, високі вимоги до якості та обсягу даних для ефективного навчання алгоритмів, а також необхідність постійного оновлення моделей ШІ для адаптації до змін у бізнес-середовищі. Майбутнє управління ризиками в МНК буде тісно пов'язане з розвитком технологій ШІ [2]. Поступове вдосконалення алгоритмів, збільшення обсягів доступних даних та розвиток нових методів машинного навчання зроблять процес управління ризиками ще більш ефективним та прогнозованим (Табл. 1).

Таблиця 1

Традиційні методи та використанням технологій ШІ для управління ризиками в мультинаціональних компаніях

Критерій	Традиційні методи	ШІ
Швидкість обробки даних	Низька	Висока
Точність прогнозування	Середня	Висока
Вартість імплементації	Низька	Висока
Потреба в спеціалістах	Низька	Висока
Ризики конфіденційності	Висока	Середня

Ключові аспекти порівняння між традиційними методами управління ризиками та використанням ШІ, зокрема в контексті швидкості обробки даних, точності прогнозування, вартості імплементації, потреби в кваліфікованих спеціалістах та ризиках, пов'язаних з конфіденційністю.

Машинне навчання, підгрупа штучного інтелекту, відіграє ключову роль у ідентифікації та оцінці ризиків. За допомогою алгоритмів і нейронних мереж системи машинного навчання можуть вивчати та інтерпретувати дані, роблячи обґрунтовані прогнози щодо майбутніх результатів на основі історичної інформації та інформації в реальному часі. Основою можливостей ШІ в управлінні ризиками є аналітика даних. Здатність обробляти й аналізувати великі обсяги різноманітних даних дає ТНК змогу отримати уявлення про ринкові тенденції, поведінку споживачів і зовнішні фактори, які можуть становити потенційні ризики [3].

Прогнозне моделювання використовує статистичні методи для прогнозування майбутніх подій. У контексті управління ризиками ці моделі використовуються для прогнозування ймовірності різних сценаріїв ризику, що дозволяє ТНК готувати та впроваджувати стратегії для ефективного пом'якшення цих потенційних загроз. Застосування штучного інтелекту в управлінні ризиками в ТНК є багатограним і охоплює різні сфери, такі як фінансові ризики, операційні ризики, ризики відповідності та стратегічні ризики:

- фінансові ризики: штучний інтелект може передбачати ринкові коливання, обмінні курси валют і кредитні ризики, що дозволяє транснаціональним корпораціям страхуватися від потенційних фінансових втрат;

- операційні ризики: за допомогою штучного інтелекту компанії можуть оптимізувати управління ланцюгом поставок, передбачити проблеми з обслуговуванням і посилити заходи кібербезпеки;

- ризики відповідності: системи штучного інтелекту можуть відстежувати нормативні зміни в різних юрисдикціях, забезпечуючи дотримання ТНК міжнародних законів і правил;

- стратегічні ризики: штучний інтелект допомагає у плануванні сценаріїв і прийнятті стратегічних рішень, дозволяючи компаніям впевнено орієнтуватися в складнощах глобальних ринків.

Незважаючи на значні переваги, інтеграція штучного інтелекту в управління ризиками також створює проблеми, зокрема етичні міркування, проблеми конфіденційності даних і необхідність постійного оновлення алгоритмів для адаптації до мінливого середовища.

Етичні міркування: використання штучного інтелекту має відповідати етичним стандартам, забезпечуючи справедливість рішень і не посилюючи існуючу нерівність. Конфіденційність даних: робота з величезними обсягами даних викликає занепокоєння щодо конфіденційності та безпеки, що вимагає надійних заходів для захисту конфіденційної інформації [4]. Алгоритмічні зміщення: існує ризик зміщення в алгоритмах штучного інтелекту, що може призвести до викривлення оцінки ризику, якщо не проводити ретельний моніторинг і коригування.

Використання технологій штучного інтелекту для виявлення та управління ризиками є перспективним підходом для транснаціональних компаній. Використовуючи можливості штучного інтелекту, ТНК можуть покращити свої процеси управління ризиками, досягнувши більшої ефективності, точності та стратегічного передбачення. Однак вкрай важливо, щоб ці технології впроваджувалися відповідально, з глибоким усвідомленням потенційних проблем і етичних наслідків. Оскільки штучний інтелект продовжує розвиватися, його інтеграція в управління ризиками, безсумнівно, стане критично важливим компонентом глобальної бізнес-стратегії, стимулюючи інновації та стійкість у світі, що постійно змінюється.

Перелік використаних джерел:

1. Kumar P. Multinational Enterprises and People Management: Examining the Role of Artificial Intelligence. FOCUS: Journal of International Business. 2023. № 10(2). 96-119.

2. Dey P. K., Chowdhury S., Abadie A., Vann Yaroson E., Sarkar S. Artificial intelligence-driven supply chain resilience in Vietnamese manufacturing small-and medium-sized enterprises. International Journal of Production Research. 2023. 1-40.

3. Gînguță A., Ștefea P., Noja G. G., Munteanu V. P. Ethical Impacts, Risks and Challenges of Artificial Intelligence Technologies in Business Consulting: A New Modelling Approach Based on Structural Equations. Electronics. 2023. № 12(6). 1462.

4. Chang Y. L., Ke J. Socially responsible artificial intelligence empowered people analytics: a novel framework towards sustainability. Human Resource Development Review. 2024. № 23(1). 88-120.

ЗАГРОЗИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В МІЖНАРОДНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Розвиток штучного інтелекту (ШІ) в сучасному світі набуває все більшого значення та поширення, надаючи змогу використанню даної технології будь-кому із цифровим девайсом. Зацікавленість штучним інтелектом є не тільки в бізнес-діяльності, а також в державних структурах та міжнародних організаціях, що використовують ШІ для впровадження сучасних технологій у міжнародні відносини.

Використання ШІ в міжнародних відносинах відбувається протягом кількох років:

- Прогнозний аналіз для запобігання конфліктам. Алгоритми штучного інтелекту використовуються для прогнозування потенційних зон конфлікту шляхом аналізу великих масивів даних, таких як тенденції в соціальних мережах, економічні показники та політичні події.

- Глобальні ініціативи в галузі охорони здоров'я. Штучний інтелект відіграв важливу роль у глобальній охороні здоров'я, зокрема у відстеженні та реагуванні на пандемії. Моделі машинного навчання використовуються для прогнозування поширення хвороб, оптимізації розподілу ресурсів і допомозі в розробці вакцин, як це було під час пандемії COVID-19.

- Аналіз економіки та торгівлі. Алгоритми ШІ аналізують глобальні економічні тенденції та моделі торгівлі, надаючи цінну інформацію для міжнародної економічної політики та торгових угод. Вони допомагають прогнозувати економічні зміни та розуміти наслідки різних торговельних політик.

Штучний інтелект також використовується для моніторингу дотримання міжнародно права, культурного обміну та взаємодії, гуманітарної допомоги та реагування на катастрофи, моніторингу навколишнього середовища та зміни клімату, кібербезпеки та дипломатичної комунікації й перекладу.

ШІ справді є важливим та допоміжним інструментом в міжнародній діяльності, проте його використання, розвиток та широкий вільний доступ також несуть загрози для держав та їх громадян:

- Автономні системи озброєння. Розробка зброї на основі штучного інтелекту викликає занепокоєння з питань етики та безпеки, включно з ризиком випадкової ескалації та проблемою визначення відповідальності в конфліктах.

- Спостереження та конфіденційність. Роль штучного інтелекту в масовому стеженні може призвести до порушення конфіденційності та авторитарного контролю, впливаючи на права людини та міжнародну довіру.

- Інформаційна війна. ШІ можна використовувати для створення та поширення дезінформації в безпрецедентних масштабах, маніпулювання громадською думкою, впливу на вибори та дестабілізації міжнародних відносин.

- Непередбачуваність і відсутність контролю. Системи штучного інтелекту, особливо ті, що мають розширену автономію, можуть діяти непередбачувано, потенційно призводячи до ненавмисних міжнародних інцидентів або криз.

Отже, роль штучного інтелекту в міжнародних відносинах досі є неоднозначною. ШІ пропонує чудові інструменти для посилення дипломатії, управління та безпеки. Однак, він також створює значні ризики, зокрема етичні дилеми, загрози безпеці та можливість неналежного використання.

Збалансування цих можливостей та загроз є критичним викликом для держав і міжнародних лідерів, що вимагає ретельного розгляду, надійної правової бази та міжнародного співробітництва.

Перелік використаних джерел:

1. Сабов І. Політичний аспект використання штучного інтелекту – 19.04.2018.

2. Vove B. Can Ai be used to run political systems? Vove Beardsley. 2017. URL: <http://dataconomy.com/2017/09/artificial-intelligence-political-systems/>.

Наталія Мазур

Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Стрімкий прогрес технологій штучного інтелекту (ШІ) пронизує різноманітні сфери людської діяльності, зокрема, він відіграє вагомий роль у вдосконаленні систем управління підприємствами. У сучасному бізнес-середовищі, яке прагне до постійної ефективності та конкурентоспроможності, використання штучного інтелекту у системах управління стає необхідністю.

Застосування штучного інтелекту в цій сфері дозволяє надійно, швидко та якісно керувати усіма процесами підприємства. Впровадження комп'ютерних технологій зменшує ризик помилкових дій у виробничому процесі. Проте таке впровадження потребує значних капіталовкладень, що не завжди є економічно виправданим. Незважаючи на це, в сучасній діловій практиці стежать за тенденцією перенесення відповідальних операцій на комп'ютери у всіх підприємствах.

Штучний інтелект - це наука та технологія, спрямована на моделювання процесів мислення людського мозку та їх використання для створення та обробки різноманітних комп'ютерних програм. Крім того, штучний інтелект включає розробку інтелектуальних машин, здатних виконувати завдання, які раніше виконувалися виключно людьми, тим самим замінюючи та спрощуючи людську працю [1].

Аналізуючи тенденції розвитку та удосконалення технологій штучного інтелекту, можна спостерігати, що обсяг інвестицій з приватного сектору зростає щороку, за винятком 2022 року (рис.1).

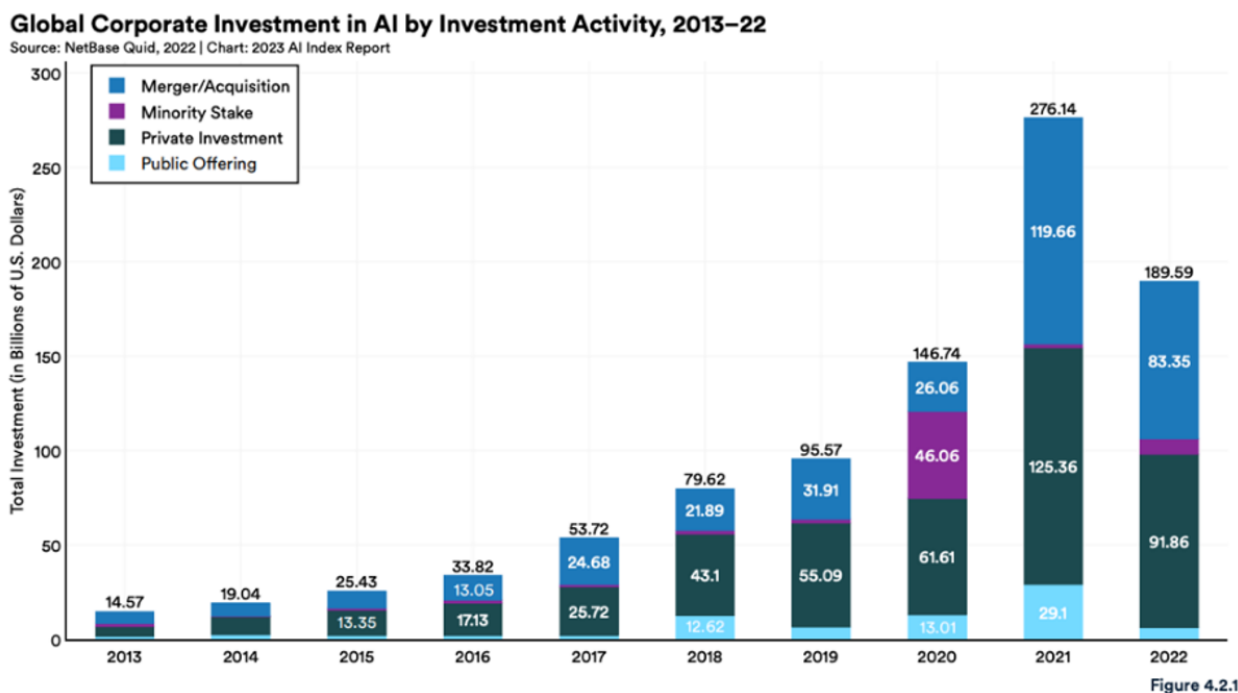


Рис. 1. Обсяг приватних інвестицій у технології штучного інтелекту за період 2013-2022рр. [2]

Ураховуючи глобальні події 2022 року, такі як війна на території України та економічні труднощі у країнах Європейського Союзу через підвищену інфляцію та нестабільну політичну ситуацію, можна зробити висновок, що штучний інтелект є одним з найбільш перспективних напрямків розвитку та інвестування. Отже, ШІ визнається одним з ключових нововведень у сфері управління бізнес-процесами.

У 2022 році 6% малих, 13% середніх і 28% великих підприємств користувалися технологіями штучного інтелекту. Цю різницю можна пояснити, наприклад, складністю впровадження ШІ на підприємстві та економічними вигодами від масштабу. Іншими словами, підприємства з більшим масштабом можуть отримувати значніші вигоди від інтеграції штучного інтелекту у свої бізнес-процеси [3].

Із усіх функцій компанії маркетинг найбільше виграє від ефективного застосування штучного інтелекту. Його головне завдання полягає в розумінні потреб клієнтів, створенні відповідного Product-Market Fit, переконанні людей у необхідності купівлі саме цього продукту, порівнянні з конкурентними пропозиціями, і штучний інтелект може значно розширити ці можливості. У 2022 році світовий ринок штучного інтелекту в маркетингу оцінювався в 15,84 мільярда доларів. Дослідники передбачають, що до 2028 року ця сума перевищить 107,5 мільярда доларів [4].

Використання штучного інтелекту важливо почати з ретельно продуманого алгоритму інтеграції. Цей підхід дозволить зменшити

непередбачувані витрати та отримати максимальну віддачу від інвестицій за мінімальний період часу. Процес інтеграції штучного інтелекту в маркетингову діяльність підприємства обов'язково враховує певні етапи (див. рис. 2).

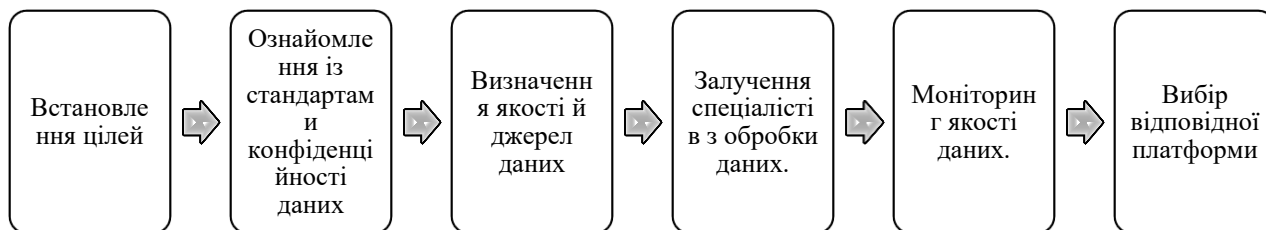


Рис. 2. Етапи інтеграції штучного інтелекту в діяльність підприємства [5]

Використання штучного інтелекту надає значні переваги у системах управління бізнес-процесами. Він здатний автоматизувати завдання з обробки даних, моніторингу процесів, прогнозування попиту, оптимізації графіку роботи та інші. Один із прикладів успішного впровадження штучного інтелекту в управління бізнес-процесами - використання системи розпізнавання образів та машинного навчання для автоматизованого контролю якості продукції. Ця система може виявляти дефекти на виробках з високою точністю та швидкістю, що дозволяє зменшити кількість бракованих виробів та підвищити якість продукції. Крім того, використання програм на основі штучного інтелекту знижує витрати, покращує якість прийняття рішень та сприяє інноваційному розвитку. Штучний інтелект виступає потужним інструментом для досягнення успіху в управлінні бізнес-процесами, з урахуванням його можливостей та обмежень.

Незважаючи на численні переваги, використання штучного інтелекту в системах управління бізнес-процесами також супроводжується певними недоліками та обмеженнями. Один з недоліків полягає у необхідності наявності великого обсягу якісних та репрезентативних даних для ефективного функціонування систем штучного інтелекту. Недостатність або погана якість даних може призвести до отримання неточних результатів та прийняття неправильних рішень. Крім того, існує проблема впровадження та інтеграції штучного інтелекту з вже існуючими системами управління бізнес-процесами. Часто це потребує значних витрат на заміну або модернізацію наявної інфраструктури та підготовку персоналу.

Отже, штучний інтелект має значний потенціал для використання в системах управління бізнес-процесами. Він забезпечує автоматизацію, підвищує ефективність, знижує витрати та покращує якість прийняття рішень. Однак важливо враховувати недоліки та обмеження, пов'язані з наявністю якісних даних та інтеграцією систем. Використання штучного інтелекту вимагає обережного планування та аналізу, але може стати потужним інструментом для досягнення успіху в управлінні бізнес-процесами. Таким чином, штучний інтелект став необхідною складовою сучасного світу і може бути успішно використаний в системах управління бізнес-процесами, завдяки його здатності

аналізувати великі обсяги даних, виявляти складні залежності та приймати об'єктивні рішення на основі алгоритмів.

Перелік використаних джерел:

1. Ковтуненко Ю.В. Застосування штучного інтелекту у системі управління підприємством: проблеми та переваги. *Economic journal Odessa polytechnic university*. №2(8), 2019. DOI: 10.5281/zenodo.4171114

2. Stanford: Fintech Maintains Position as Third Biggest AI Investment Focus Area – Fintech Schweiz Digital Finance News – FintechNewsCH. *Fintech Schweiz Digital Finance News – FintechNewsCH*. URL: <https://fintechnews.ch/aifintech/stanford-fintech-maintains-position-as-third-biggest-ai-investment-focus-rea/59671/> (дата звернення: 01.03.2024).

3. Use of artificial intelligence in enterprises. Eurostat Statistics Explained. 2022. Apr. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Use_of_artificial_intelligence_in_enterprises#Enterprises_using_artificial_intelligence_technologies (дата звернення: 01.03.2024).

4. Dancheva V. AI in marketing revenue world wide 2020-2028. statista. 2023. Jan 06. URL: <https://www.statista.com/statistics/1293758/ai-marketing-revenue-world-wide/#:~:text=In%202021%2C%20the%20market%20for,than%20107.5%20billion%20by%202028> (дата звернення: 01.03.2024).

5. Таранич А.В., Пелехацький Д.О. Використання штучного інтелекту в процесах стратегічного управління підприємствами. *Економіка України*. 2024. № 1. С. 54-65. URL: <https://doi.org/10.15407/economyukr.2024.01.054>

Андрій Гевко

Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ІННОВАЦІЙ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ АВТОМОБІЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ

Сучасний світ характеризується стрімким розвитком цифрових технологій у всіх сферах життя. Автомобільна промисловість не є винятком, адже цифрові інновації вносять значний вплив на усі аспекти виробництва, продажів та обслуговування автомобілів. В даному есе ми дослідимо, як ці цифрові інновації формують конкурентну стратегію автомобільних корпорацій, впливаючи на їхню конкурентоспроможність та позиції на ринку. Сучасна автомобільна промисловість переживає цифрову революцію, яка охоплює всі аспекти виробництва, від дизайну до обслуговування. Впровадження широкого спектру цифрових технологій, таких як штучний інтелект, Інтернет речей (IoT), аналітика даних та автономне водіння, перетворює традиційні підходи до виробництва та послуг у цій галузі.

Цифрові технології революціонізують виробництво автомобілів, роблячи його більш автоматизованим, ефективним та гнучким. Завдяки розширенню використання роботизованих систем, автоматизованих ліній збірки та 3D-друку, виробники можуть швидше реагувати на зміни в попиті та зменшувати час від дизайну до випуску нових моделей. Крім того, використання аналітики даних у виробництві дозволяє оптимізувати процеси та покращувати якість продукції. Цифрові технології відкривають нові можливості для маркетингу та продажів автомобілів. Використання соціальних медіа, віртуальної реальності та аналізу даних дозволяє виробникам створювати персоналізовані маркетингові кампанії та покращувати взаємодію з клієнтами. Онлайн-платформи для продажу автомобілів та використання електронних платіжних систем роблять процес придбання авто більш зручним та доступним.

Цифрові інновації значно впливають на конкурентоспроможність автомобільних корпорацій, які активно інвестують у ці технології для забезпечення своєї лідерської позиції на ринку. Компанії, які успішно впроваджують цифрові інновації у всі аспекти свого бізнесу, можуть забезпечити собі конкурентні переваги, такі як покращена продуктивність, зменшення витрат та краще задоволення потреб клієнтів. Однак, для досягнення успіху необхідно не лише інвестувати у технології, але й мати стратегію впровадження, культуру інновацій та гнучкість.

Стрімкий розвиток динамічних технологій та інформаційного суспільства автомобільна промисловість не може залишатися осторонь від цифрової трансформації. Відтак, розгляд та аналіз впливу цифрових інновацій на конкурентоспроможність автомобільних корпорацій стає надзвичайно актуальним завданням. Це есе присвячено вивченню та аналізу різних аспектів цієї проблеми, включаючи нові технологічні рішення, стратегії маркетингу, управління ланцюгом постачання та інші сфери, які визначають конкурентоспроможність автомобільних компаній у цифрову епоху [1].

Сучасні цифрові технології створюють безліч можливостей для автомобільної промисловості. Однією з найважливіших інновацій є розвиток автономних та електричних автомобілів, що спрямовані на зниження викидів CO₂ та покращення безпеки на дорогах. Наприклад, компанія Tesla Motors стала піонером у сфері електромобілів, впроваджуючи передові технології в області батарей та автопілоту, що значно підвищило її конкурентоспроможність на ринку. Крім того, інші автовиробники, такі як BMW, Mercedes-Benz та Audi, також активно розвивають свої електричні моделі та впроваджують нові цифрові технології в свої автомобілі. Удосконалення автономних та електричних технологій дозволяє автомобільним компаніям реагувати на змінні потреби споживачів та вимоги щодо екологічності. Наприклад, електричні автомобілі, які працюють на акумуляторах, стають все більш популярними серед споживачів, що прагнуть зменшити свій вуглецевий слід та економити на пальному. Багато автовиробників інвестують у розробку та виробництво електричних автомобілів, побудовані на основі передових цифрових платформ, що сприяє їхній конкурентоспроможності на міжнародному ринку (Рис. 1).

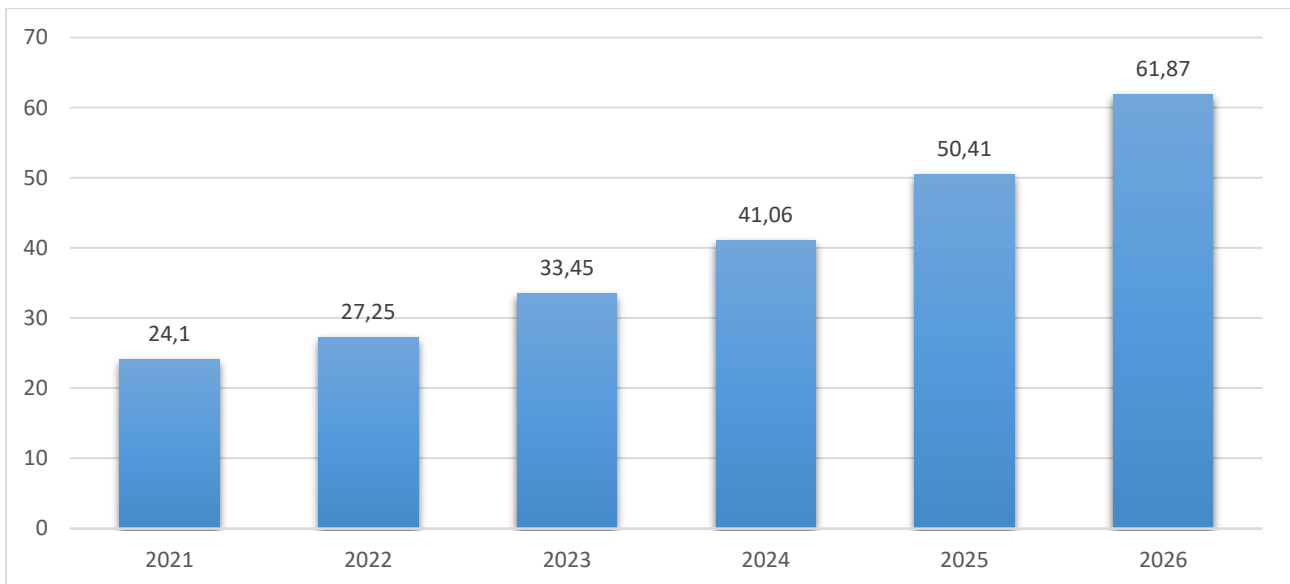


Рис. 1. Частка ринку автономних транспортних засобів у млрд дол. США [2].

Очікується, що виробництво автономних транспортних засобів зросте в усьому світі. Експерти прогнозують зростання ринку приблизно до 62 млрд дол. у 2026 р. Дозволити автомобілям автономно керувати автомобілем і полегшити під'їзд без зусиль для водіїв, щоб легко дістатися до місця призначення, було особливо успішним для Tesla. Їхні автономні автомобілі викликали зміни на ринку, і численні виробники наслідували їхній приклад, зокрема Mercedes-Benz, Nissan і Toyota. Незважаючи на весь шум навколо безпілотних автомобілів, було багато випадків, коли автоматизовані безпілотні автомобілі створювали проблеми з дорожнім рухом.

Цифрові інновації мають великий вплив на виробництво та управління ланцюгом постачання в автомобільній промисловості. Впровадження цифрових технологій виробництва, таких як Інтернет речей (IoT), машинне навчання та аналітика даних, дозволяє оптимізувати виробничі процеси, знижувати витрати та підвищувати продуктивність. Наприклад, виробники можуть використовувати датчики IoT для моніторингу та діагностики обладнання на заводах, що дозволяє їм уникнути непередбачених збоїв та зменшити час простою обладнання. Такі підходи сприяють підвищенню ефективності виробництва та зниженню витрат, що є ключовими факторами конкурентоспроможності в сучасній автомобільній промисловості [3].

Цифрові технології відіграють важливу роль у маркетингових стратегіях автомобільних компаній. Впровадження інтерактивних веб-сайтів, мобільних додатків та соціальних медіа платформ дозволяє автовиробникам збільшити свою присутність в онлайн-середовищі, залучити більше клієнтів та збільшити свою конкурентоспроможність. Наприклад, за допомогою цифрових маркетингових кампаній автовиробники можуть спрямовувати персоналізовані рекламні пропозиції до своїх цільових аудиторій, що дозволяє покращити ефективність маркетингових витрат та збільшити конверсію [4]. Крім того, впровадження цифрових інновацій у сервісі та обслуговуванні також має великий вплив на

конкурентоспроможність автомобільних компаній. За допомогою цифрових платформ та мобільних додатків клієнти можуть зручно планувати та записувати свої обслуговування, отримувати повідомлення про технічний стан свого автомобіля та здійснювати оплату послуг онлайн. Це дозволяє автовиробникам покращити задоволеність клієнтів та забезпечити їхню лояльність до марки, що є важливим фактором конкурентоспроможності в автомобільній промисловості.

Однак, разом із безліччю можливостей, які принесли цифрові інновації, автомобільні компанії також стикаються з численними викликами та обмеженнями. Наприклад, збільшення кількості цифрових даних та збільшення кількості кібератак може становити загрозу безпеці автомобільних систем. Також, висока конкуренція в галузі технологій може призвести до швидкого застою та втрати конкурентних переваг. Отже, цифрові інновації мають значний вплив на конкурентоспроможність автомобільних корпорацій, забезпечуючи їм нові можливості для розвитку та збереження конкурентної переваги. Однак важливо, щоб автомобільні компанії були готові до викликів, пов'язаних з цифровою трансформацією, і активно впроваджували стратегії, спрямовані на максимізацію переваг та зниження ризиків, пов'язаних з цим процесом.

Перелік використаних джерел:

1. Mizrak F. Driving Innovation and Competitiveness Through Digital Ecosystems: A Case-Based Exploration. *Niřantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 2023. № 11(3). p. 1-15.
2. Germann J. Global rivalries, corporate interests and Germany's 'National Industrial Strategy 2030'. *Review of international political economy*. 2023. № 30(5). p. 1749-1775.
3. Alkaraan F., Elmarzouky M., Hussainey K., Venkatesh V. G. Sustainable strategic investment decision-making practices in UK companies: The influence of governance mechanisms on synergy between industry 4.0 and circular economy. *Technological Forecasting and Social Change*. 2023. № 187. p. 122187.
4. Li S., Li R., Liu F. The Impact of Digital Transformation on the Performance of Listed Automobile Manufacturing Enterprises in China. *Advances in Management and Applied Economics*. 2024. № 14(3). p. 1-9.

Михайло Федунік
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

РОЛЬ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

У сучасному світі штучний інтелект (ШІ) стає не тільки новим двигуном технологічного прогресу, а й каталізатором глобальних змін у сфері міжнародного бізнесу. Впровадження ШІ відкриває небачені раніше можливості для компаній, дозволяючи їм вийти на новий рівень взаємодії з клієнтами,

оптимізації операцій та створення інноваційних продуктів і послуг. В останні десятиліття штучний інтелект став ключовим драйвером інновацій у багатьох галузях, включаючи міжнародний бізнес. Штучний інтелект почав свій розвиток з середини ХХ ст. як галузь досліджень, спрямованих на створення машин, здатних імітувати людське мислення та поведінку. Проте лише в останні десятиліття, зі зростанням обчислювальної потужності та розвитком алгоритмів машинного навчання, ШІ став здійснювати значний вплив на міжнародний бізнес, пропонуючи нові способи збору, аналізу та використання даних для прийняття рішень.

Розвиток штучного інтелекту і його застосування в міжнародному бізнесі є одним із найбільш значущих та впливових трендів сучасності. Використання ШІ дозволяє компаніям здійснювати глибокий аналіз даних, оптимізувати рішення, покращити клієнтський досвід та значно знизити витрати, сприяючи тим самим зростанню та інноваціям.

Однією з сучасних тенденцій в індустрії штучного інтелекту є все більш широке використання штучного інтелекту (ШІ) в охороні здоров'я, зокрема в таких сферах, як діагностика захворювань, розробка ліків і персоналізована медицина. Іншою тенденцією є використання штучного інтелекту для покращення обслуговування та підтримки клієнтів, наприклад, за допомогою чат-ботів і віртуальних помічників. Розробка чіпів штучного інтелекту та периферійних обчислень також є зростаючою тенденцією, що забезпечує ефективнішу та потужнішу обробку програм ШІ. Нарешті, очікується, що інтеграція штучного інтелекту з іншими технологіями, такими як блокчейн та Інтернет речей (IoT), продовжуватиме стимулювати інновації та зростання індустрії штучного інтелекту [1].

Кілька факторів сприяють зростанню індустрії ШІ. По-перше, зростаюча доступність великих даних надає більше можливостей для додатків штучного інтелекту, оскільки алгоритми штучного інтелекту вимагають значних обсягів даних для навчання та вдосконалення. По-друге, прогрес у обчислювальній потужності та інфраструктурі хмарних обчислень дозволяє більш ефективно та потужно обробляти додатки ШІ. По-третє, зростаючий попит на автоматизацію та оптимізацію в різних галузях, таких як виробництво, фінанси та транспорт, спонукає до впровадження технологій ШІ. По-четверте, все більш широке використання штучного інтелекту в програмах для споживачів, таких як віртуальні помічники та чат-боти, розширює ринок технологій ШІ [2]. Нарешті, зростаючі інвестиції та партнерства між технологічними компаніями, дослідницькими установами та урядами стимулюють інновації та стимулюють зростання індустрії ШІ.

Очікується, що ринок штучного інтелекту (AI) продовжуватиме значне зростання та розвиток до 2030 року завдяки зростанню впровадження технологій штучного інтелекту в галузях, прогресу в алгоритмах та інфраструктурі штучного інтелекту, а також зростаючим інвестиціям у дослідження та розробки штучного інтелекту. Очікується, що на ринку триватимуть інновації та розширення, а штучний інтелект стане все більш невід'ємною частиною бізнес-операцій і додатків для споживачів (Рис. 1).

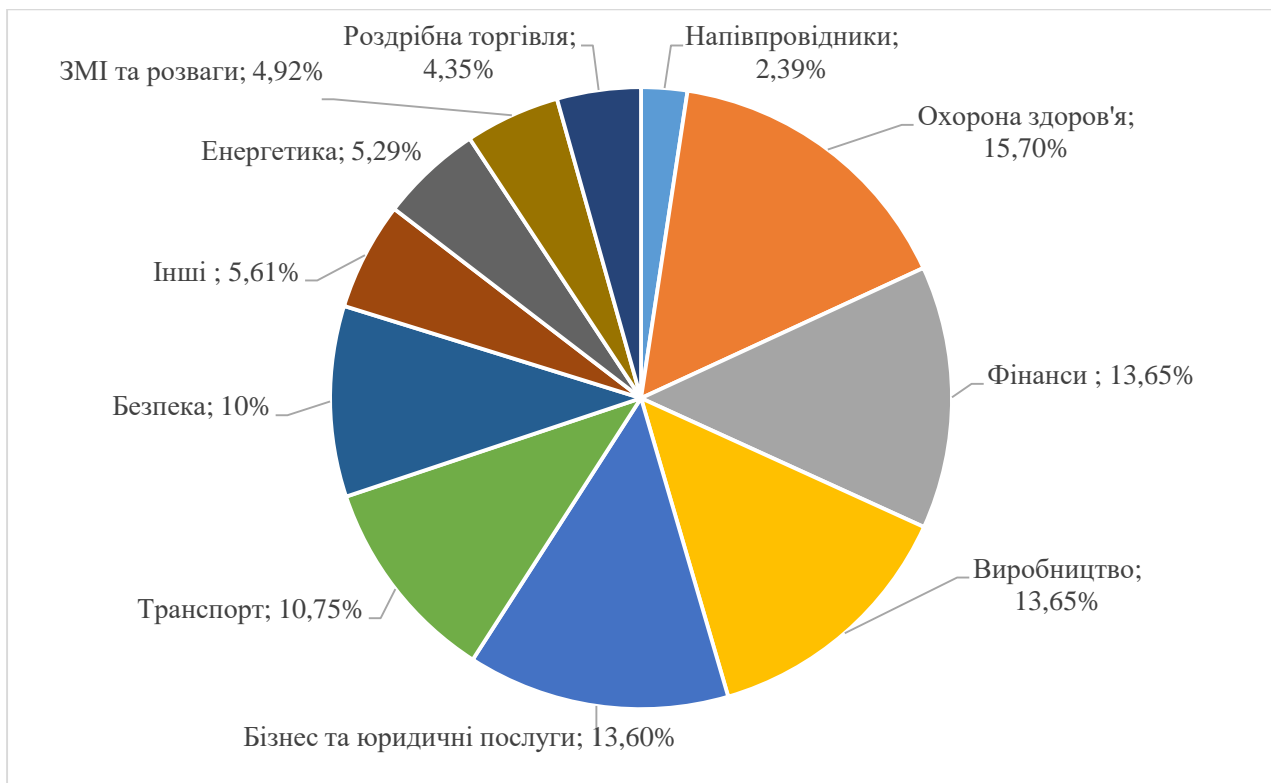


Рис. 1. Частка розміру ринку ШІ за сферами бізнесу у 2022 р [3].

Разом з перевагами, впровадження ШІ у міжнародний бізнес також ставить ряд викликів і етичних питань, таких як проблеми конфіденційності, безпеки даних та ризики заміщення людської праці. Важливо, щоб компанії враховували ці питання при розробці та впровадженні технологій ШІ.

У сфері стратегічного планування ШІ змінює способи, за допомогою яких компанії визначають свої довгострокові цілі та розробляють плани їх досягнення. Завдяки алгоритмам машинного навчання, компанії можуть аналізувати величезні масиви даних для ідентифікації тенденцій, прогнозування ринкових змін і оптимізації ланцюгів поставок, що дозволяє їм бути на крок попереду конкурентів.

ШІ допомагає міжнародним компаніям у прийнятті обґрунтованих стратегічних рішень за допомогою передових алгоритмів аналізу даних та прогнозування. Це дає можливість компаніям адаптуватися до змін у глобальному бізнес-середовищі з більшою гнучкістю та ефективністю. Персоналізовані маркетингові кампанії на основі ШІ значно покращують взаємодію з клієнтами, підвищуючи конверсію та лояльність [4].

У маркетингу та продажах ШІ дозволяє компаніям персоналізувати свої пропозиції та підвищувати ефективність взаємодії з клієнтами. Чат-боти на основі ШІ та віртуальні помічники пропонують 24/7 підтримку, покращуючи досвід користувача та збільшуючи задоволення клієнтів.

ШІ грає ключову роль у оптимізації бізнес-операцій та управлінні ресурсами, дозволяючи компаніям автоматизувати рутинні завдання, покращувати ефективність ланцюгів поставок і знижувати витрати.

Використання алгоритмів для аналізу енергоспоживання може допомогти досягти більшої енергоефективності та сприяти сталому розвитку. ШІ трансформує управління ланцюгами поставок, забезпечуючи прозорість, оптимізацію запасів, та покращення логістики, що в свою чергу сприяє зниженню витрат та підвищенню задоволення клієнтів.

Штучний інтелект відіграє вирішальну роль у формуванні майбутнього міжнародного бізнесу, пропонуючи безмежні можливості для інновацій та зростання. Водночас компаніям необхідно враховувати потенційні виклики та етичні дилеми, щоб забезпечити відповідальне та ефективне використання цих потужних технологій. Подальші інвестиції в дослідження та розвиток ШІ можуть допомогти розкрити ще більший потенціал цієї революційної технології, сприяючи сталому розвитку міжнародного бізнесу в глобальному масштабі. Використання ШІ в глобальному бізнесі є не лише шляхом до автоматизації та оптимізації, але й кроком до створення більш інтелектуального, адаптивного та клієнтоорієнтованого бізнесу.

Перелік використаних джерел:

1. Fornes, G., Altamira, M. Artificial intelligence and international business. In Digitalization, technology and global business: How technology is shaping value creation across borders. Cham: Springer International Publishing. 2023. pp. 71-90.

2. Ratten, V., Jones, P., Braga, V. Artificial intelligence in international business. Thunderbird International Business Review.

3. Artificial Intelligence – Worldwide. Statista. URL: <https://www.statista.com/outlook/tmo/artificial-intelligence/worldwide>

4. Reddy, V. H. D., SM, U., Yadav, M., Hazarika, D., Sharma, A. Role of artificial intelligence in business intelligence and decision making: an empirical study. European Chemical Bulletin. 2023. № 12(3). 165-172.

Аліна Воробець

Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

НОВІ БАР'ЄРИ У ТОРГІВЛІ СПРИЧИНЕНІ ДИДЖИТАЛІЗАЦІЄЮ

Разом з активним впровадженням цифрових технологій у світовій торгівлі країни все частіше, зокрема з метою захисту національних компаній, вдаються до використання обмежувальних заходів, пов'язаних з цифровою економікою. Тема цифрових бар'єрів часто зустрічається в порядку денному міжнародних організацій, але визначення бар'єрів, що перешкоджають міжнародним цифровим торговим потокам, а також їх класифікація досі не розроблені. Ряд дослідницьких інститутів лише роблять перші кроки для їх ідентифікації. Серед них – ОЕСР та Європейський центр з міжнародної політичної економіки (ECIPE). ОЕСР розроблено Індекс обмежень для послуг, наданих цифровим способом (Digital Services Trade Restrictiveness Index, Digital STRI). Розглянутий

індекс фіксує бар'єри, які перешкоджають або повністю забороняють компаніям надавати послуги з використанням електронних мереж, незалежно від сектору, в якому вони працюють. Для цілей оцінки всі розглянуті заходи поділені на п'ять категорій:

- ✓ Інфраструктура та зв'язок. Заходи, пов'язані з телекомунікаційною інфраструктурою, необхідною для торгівлі з використанням цифрових технологій, а також заходи, що впливають на зв'язок і транскордонні потоки даних.
- ✓ Електронні транзакції. Заходи, що перешкоджають укладанню електронних угод, включаючи дискримінаційні умови видачі ліцензій на електронну торгівлю, відхід від міжнародно-визнаних правил укладення електронних договорів або неможливість використання електронних методів підтвердження автентичності (цифровий підпис).
- ✓ Платіжні системи. Заходи, які впливають на платежі, здійснювані за допомогою електронних засобів.
- ✓ Права інтелектуальної власності. Заходи, пов'язані з охороною та забезпеченням дотримання авторських прав та прав на товарні знаки.
- ✓ Інші бар'єри, що не входять до вищезазначених категорій.

Європейським центром з міжнародної політичної економіки також розроблено Індекс обмежень у цифровій торгівлі. Індекс включає заходи 64 країн, які призводять до збільшення вартості цифрової торгівлі. Вони приймають значення від 0 до 1, де більше високе значення відповідає вищому рівню обмежень у цифровій торгівлі. Оцінка заходів здійснюється на основі того, чи є вона дискримінаційною стосовно іноземних провайдерів; дискримінаційною стосовно провайдерів цифрових технологій; надмірно обтяжливою, тобто, така міра, що як вважається спотворює торгівлю і застосовується для досягнення неекономічної мети.

Всі заходи в індексі поділяють на чотири великі групи:

- податкові обмеження включає розділи: тарифи та заходи захисту внутрішнього ринку, оподаткування та субсидії, державні закупівлі;
- обмеження, пов'язані з установами організації, включає обмеження щодо іноземних інвестицій, заходи щодо реєстрації та захисту прав інтелектуальної власності, конкурентну політику країни;
- обмеження на передачу, зберігання та доступ до даних;
- торговельні обмеження.

Питання обмежень у сфері цифрової торговельної політики знаходяться лише на стадії обговорення. Ряд країн називає цифрове регулювання торговим протекціонізмом, інші вважають таку політику необхідною для досягнення законних цілей. Приймаючи різні цілі та інтереси різних країн у просуванні національних цифрових виробників, однак, однією з принципових завдань найближчих років є розробка багатосторонніх правил міжнародної торгівлі у цифровій економіці на основі спільних інтересів у розвитку сучасних технологій, пов'язаних з ними секторів і форматів міжнародної торгівлі, забезпечення безпеки.

Перелік використаних джерел:

1. DTE Report, European Centre for International Political Economy (ECIPE) : веб-сайт. URL: <https://ecipe.org/dte/>
2. Ferencz, J. (2019), "The OECD Digital Services Trade Restrictiveness Index", *OECD Trade Policy Papers*, No. 221, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/16ed2d78-en>

Юлія Брожина, Наталія Болквадзе
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В БІЗНЕС ДІЯЛЬНОСТІ

В сучасному бізнес-середовищі роль технологій постійно зростає, викликаючи нові можливості та завдання для компаній. Однією з перспективних технологій, що може кардинально змінити спосіб функціонування бізнесу, є штучний інтелект (ШІ).

Штучний інтелект – це галузь комп'ютерних наук, яка займається створенням систем, здатних виконувати завдання, які вимагають інтелектуальних здібностей. Системи штучного інтелекту можуть аналізувати дані, навчатися на основі досвіду, ухвалювати рішення та виконувати завдання, які раніше виконували лише люди [1].

Штучний інтелект вже є необхідністю в бізнесі, проте це часто залишається непоміченим. Відеоігри, безпілотні автомобілі, чат-боти, технології розпізнавання облич, голосові асистенти, такі як Alexa, Google Assistant, Siri, а також реклама в соціальних мережах, працюють на основі ШІ. Застосування штучного інтелекту в бізнесі пропонує безліч можливостей для оптимізації бізнес-процесів та підвищення результативності. Однією з основних сфер застосування AI в бізнесі є аналіз даних. Системи штучного інтелекту можуть обробляти великі обсяги даних і виявляти приховані закономірності та тенденції, що дозволяє компаніям ухвалювати більш обґрунтовані рішення та передбачати майбутні події.

Впровадження штучного інтелекту в бізнес-процеси надає низку значних переваг. По-перше, AI дозволяє автоматизувати рутинні завдання та прискорює виконання операцій, що знижує трудовитрати і підвищує ефективність роботи. По-друге, системи штучного інтелекту можуть аналізувати великі обсяги даних і виявляти приховані закономірності та тенденції, що дозволяє компаніям ухвалювати більш обґрунтовані рішення на основі фактичних даних. Третя перевага полягає в можливості створення персоналізованого контенту та обслуговування для клієнтів. Штучний інтелект може аналізувати дані про поведінку клієнтів, їх вподобання та попередні взаємодії, що дозволяє компаніям пропонувати індивідуально налаштовані продукти і послуги [2].

Існують різноманітні види технологій штучного інтелекту, які знаходять своє застосування в різних сферах бізнесу. Один з них – машинне навчання. Ця технологія дозволяє системам ШІ самостійно витягувати знання з даних та постійно вдосконалювати свою продуктивність на основі отриманого досвіду. Машинне навчання широко застосовується, наприклад, у фінансовій сфері, де системи ШІ можуть аналізувати фінансові дані та надавати рекомендації щодо інвестицій.

Ще одна важлива технологія штучного інтелекту - глибоке навчання. Цей метод навчання моделює роботу мозку, використовуючи штучні нейронні мережі. Глибоке навчання дозволяє системам ШІ розпізнавати образи, обробляти природну мову та робити прогнози на основі великих обсягів даних. Застосування глибокого навчання можна знайти в таких галузях, як медицина (діагностика захворювань), транспорт (автономні транспортні засоби) та багатьох інших.

Багато компаній вже впровадили технології штучного інтелекту у свої бізнес-процеси й отримали значні вигоди від цього. Наприклад, Amazon використовує системи AI для персоналізації рекомендацій продуктів покупцям, Google застосовує штучний інтелект для поліпшення пошукових результатів, а Facebook використовує AI для аналізу контенту та розпізнавання порушень правил платформи [3].

Проте впровадження штучного інтелекту в бізнес також пов'язане з викликами. Наприклад, потрібні якісні дані для навчання систем AI, і без цього вони можуть давати неточні результати.

Також виникає необхідність в розробці етичних стандартів та нормативів у галузі штучного інтелекту, оскільки ці системи можуть мати доступ до особистих даних користувачів.

Проте незважаючи на ці виклики, у найближчому майбутньому очікується подальший розвиток штучного інтелекту та його застосування в різних сферах бізнесу. Однією з ключових тенденцій є збільшення автоматизації бізнес-процесів, що дозволить компаніям знизити трудовитрати та підвищити ефективність.

Перелік використаних джерел:

1. Штучний інтелект для бізнесу: які завдання здатен вирішувати та в яких галузях допомагає URL: <https://mind.ua/publications/20254126-shtuchnij-intelekt-dlya-biznesu-yaki-zavdannya-zdaten-virishuvati-ta-v-yakih-galuzyah-dopomagaє>

2. Як бізнес може використовувати штучний інтелект. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2023/05/8/699875/>

3. Зміна бізнес-процесів у 2024 році під впливом штучного інтелекту. URL: <https://lemon.school/blog/zmina-biznes-procesiv-u-tsomu-rocz-pid-vplyvom-shtuchnogo-intelektu>

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ В ТУРИЗМІ: ВІД ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ДО ВІРТУАЛЬНОЇ РЕАЛЬНОСТІ

Одна з галузей, що радикально змінилася внаслідок цифрової трансформації, - це сегмент туризму. Навіть найбільш складні продукти цієї індустрії тепер доступні через платформи типу "uber". Агентські послуги перейдуть до електронної комерції. Галузь зазнає змін під впливом глобальних тенденцій: персоналізації, автоматизації, використання великих даних та штучного інтелекту, а також інструментів доповненої реальності/віртуальної реальності, що розширюють користувацький досвід.

Туристична індустрія є однією з тих сфер, які вже активно використовують штучний інтелект, і, за думкою експертів, можуть отримати від цього значні переваги. Наприклад, частка доходів туристичних компаній, на яку має вплив штучний інтелект, зросла з 9% у 2018 році до 21% у 2021 році по всьому світу. Прогнозується, що цей показник досягне 32% у 2024 році [1].

Епоха, коли лише досвідчений туристичний агент міг забезпечити індивідуальний підхід до запитів мандрівників, вже минула. Ще десять років тому самостійне бронювання білетів на складнопідрядні та нестандартні поїздки призводило до складного організаційного процесу: велика кількість вікон для заповнення та окремих транзакцій, намагання об'єднати різноманітні дані (такі як авіаційні та залізничні квитки, міжнародні трансфери, автомобільні прокати, проживання, послуги гідів і т. д.). Користувачам доводилося звертатися до посередників для отримання допомоги.

Сьогодні всього кілька кліків мишкою відокремлюють потенційного туриста від найбільш відповідної пропозиції щодо транспортування навіть у складних маршрутах. Штучний інтелект та нейронні мережі спростять вибір послуг перевізників, економлять час та зусилля у плануванні. При цьому користувачі мають високі вимоги до рівня персоналізації: 88% клієнтів змінюють сервіси бронювання квитків або туркомпанії при відсутності індивідуального підходу [2].

Останнім часом на міжнародному ринку все більшою популярністю користуються інструменти, що забезпечують високий рівень персоналізації при виборі квитків та обслуговуванні клієнтів. Агрегатори авіаквитків, такі як Hirmunk, Expedia, Skyscanner, Cheapflights та Kayak, майже повністю перейшли на чат-боти для клієнтського супроводу. Наприклад, Kayak не лише автоматично надсилає повідомлення про затримки рейсів та зміни гейтів. Боти вже можуть повністю консулювати клієнтів, відповідаючи на запитання типу "На який рейс мені вистачить £900?" або "Куди можна піти у Лондоні?".

Готелі також активно використовують штучний інтелект для підвищення рівня обслуговування. Наприклад, глобальна мережа Hilton впроваджує свій чат-бот під назвою Connie, який допомагає гостям здійснити реєстрацію в готелі без

черги на рецепції та надає поради щодо найкращих місць для відвідування у регіоні.

Міленіали у своїх подорожах обирають складні маршрути, прагнучи унікального досвіду. Airbnb виявив, що 94% з них планують поїздки самостійно. Більшість вибирають проживання в локальних районах, щоб краще пізнати країну. Туристи використовують мультимодальні перевезення та технологічні сервіси бронювання квитків, які забезпечують великий вибір та зекономлення. Чат-боти надають персоналізовані поради, враховуючи вподобання користувачів.

Сучасні технології пропонують гнучкі інструменти бронювання для сфери туризму. Вони дозволяють прокладати маршрути, комбінуючи різні види транспорту - від літаків і потягів до автомобілів, навіть здійснювати перельоти до різних країн і повертатися в початкову точку.

Один з прикладів такого сервісу - Rome2Rio. Користувач просто вказує початок і кінець маршруту і отримує усі доступні варіанти транспорту, з урахуванням часу в дорозі та приблизної ціни. Rome2Rio пропонує різноманітні способи подорожування: від літаків і кораблів до потягів, автобусів, таксі та пішохідних маршрутів. Також можна підібрати житло на протязі всього маршруту, дізнатися про визначні місця, орендувати автомобіль у обраному регіоні. Хоча додаток не доступний у всіх країнах, на ринку є інші подібні сервіси, які покривають більшість світових регіонів.

За даними Greenlight, VR- та AR технології можуть стати ключовими факторами росту туристичного ринку. Ці інструменти значно впливають на вибір користувача. Наприклад, в Німеччині 62% опитаних використовують VR для планування вікенду [3].

Власник британського готелю Premier Inn вже запустив додаток доповненої реальності, який дозволяє "оживити" карту Лондона за допомогою камери смартфона, показуючи різноманітні локації. Це призвело до збільшення клієнтської бази готелю на 5% без значних фінансових витрат.

Незважаючи на значний прогрес у технологічному аспекті туристичної індустрії, існують численні перешкоди для подальшого розповсюдження цих інновацій. Серед них інерція гравців, які продовжують бронювати місця традиційним способом, використовуючи нав'язливі додаткові сервіси та ручне введення великої кількості інформації від користувачів.

Туристичній галузі ще потрібно зробити багато роботи над персоналізацією та заміною слабких форм застосування штучного інтелекту на більш ефективні.

Перелік використаних джерел:

1. Штучний інтелект: загрози чи можливості для туризму? URL: <https://joinup.ua/uk/news/shtuchnij-intelekt-zagrozi-chi-mozhливosti-dlya-turizmu/>
2. Штучний інтелект змінить сферу туризму раз і назавжди. URL: <https://www.imena.ua/blog/ai-change-tourism/>
3. Стало відомо, як Штучний інтелект може вплинути на світовий туризм. URL:

4. <https://dip.org.ua/turizm/stalo-vidomo-yak-shtuchnyy-intelekt-mozhe-vplynuty-na-svitovyy-turyzm/>

Тетяна Югова

Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ У HR

Інтеграція цифрових технологій в управління людськими ресурсами зробила революцію в тому, як організації керують даними про співробітників, наймом, оцінкою ефективності та залученням співробітників. Однак ці досягнення породили серйозні етичні проблеми, що потребують вирішення, щоб забезпечити справедливу та відповідальну практику управління персоналом.

Збір і аналіз даних про співробітників у цифрових системах HR викликає занепокоєння щодо конфіденційності та безпеки. Етичне поводження з даними співробітників передбачає:

- забезпечення інформованої згоди на збір і використання даних;
- впровадження надійних заходів безпеки даних для захисту конфіденційної інформації;
- розробку чіткої політики щодо доступу та збереження даних [2].
- Digital HR значною мірою покладається на алгоритми для таких завдань, як підбір персоналу та оцінка ефективності. Потенціал упередженості алгоритму може призвести до дискримінаційних практик, що породжує наступні етичні проблеми:
 - аналіз того, як алгоритми можуть увічнити упередження;
 - стратегії розробки неупереджених алгоритмів;
 - етичні наслідки прийняття рішень у сфері управління персоналом за допомогою ШІ [1].

Інструменти цифрового моніторингу та управління на основі штучного інтелекту можуть вплинути на добробут співробітників і культуру на робочому місці. Етичні міркування включають:

- повага до автономії та конфіденційності співробітників;
- баланс між організаційними потребами та правами працівників;
- розвиток культури довіри та прозорості.

Незважаючи на усі загрози, що можуть виникати при використанні цифрових інструментів у HR пропонуються етичні принципи і найкращі практики для організацій для впровадження, забезпечення відповідального та справедливого цифрового управління персоналом:

- Розвиток прозорого та інклюзивного процесу формування політики.
- Постійний перегляд і оновлення HR-технологій для відповідності етичним стандартам.

- Навчальні програми для HR-професіоналів з етичних практик [3].

Цифровізація HR приносить незаперечні переваги, але також несе значні етичні проблеми. Організації повинні активно вирішувати ці проблеми за допомогою надійних етичних рамок, забезпечуючи справедливе, безпечне та шанобливе ставлення до даних і прав працівників.

Перелік використаних джерел:

1. Anticipating and managing the impact of change. Ethics in the digital workplace . Eurofund. URL: https://www.europarl.europa.eu/cmsdata/278311/Eurofound_Ethics%20in%20the%20digital%20workplace.pdf
2. What is HR's Ethical Responsibility in the Digital Transformation Age? URL: <https://inside.6q.io/hr-ethical-responsibility/>
3. We need to talk about digital HR ethics! A review of the academic literature on ethical aspects of algorithmic Human Resource Management (HRM) technologies. 2022. URL: https://www.researchgate.net/publication/357900086_We_need_to_talk_about_digital_HR_ethics_A_review_of_the_academic_literature_on_ethical_aspects_of_algorithmic_Human_Resource_Management_HRM_technologies

Tanlin

China Radio and Television Chongqing Network Company
West Ukrainian National University, Ternopil, Ukraine
Supervisor: DSc, Professor Roman ZVARYCH

MANAGEMENT CHALLENGES IN THE DIGITAL ERA

The digital era has presented an array of unique challenges for organizations across all industries. As technology continues to evolve at an unprecedented rate, managers must adapt their strategies and skills to keep up with the changing landscape. Here are some of the key management challenges in the digital era.

1. Keeping up with Technology Trends. In the digital era, technology trends are constantly evolving. New tools and platforms emerge almost daily, and it's crucial for managers to stay up-to-date with these trends to ensure their organization remains competitive. Staying informed requires regular research, attending conferences and workshops, and networking with industry peers.

2. Managing Remote Teams. With the rise of remote work, managing distributed teams has become a significant challenge. Managers must establish clear communication channels, ensure team members have the necessary resources and support, and foster a culture of trust and collaboration. This can be difficult, especially when dealing with time zone differences and language barriers.

3. Securing Data and Systems. Cybersecurity is a top priority in the digital era. As organizations increasingly rely on technology to store and transmit sensitive information, the risk of data breaches and system hacks increases. Managers must

ensure their organization has robust security measures, including firewalls, antivirus software, and regular security audits. They must also train employees on best practices for password management, email security, and identifying phishing scams.

4. *Leveraging Big Data and Analytics.* Big data and analytics offer organizations unprecedented insights into customer behavior, market trends, and operational efficiencies. However, leveraging these tools effectively requires a significant investment in time and resources. Managers must understand how to collect, store, and analyze data, and they must have the ability to interpret the results and make informed decisions based on the insights they gain.

5. *Managing Change.* The digital era is constantly bringing new challenges and opportunities, which requires organizations to adapt and change. Managers must be willing to embrace change, encourage experimentation and innovation, and create a culture that supports continuous improvement. They must also be able to communicate the need for change effectively and lead their teams through the transition process. In conclusion, the digital era presents a range of management challenges that require organizations to stay agile, innovative, and focused on meeting the needs of their customers and employees. By staying up-to-date with technology trends, managing remote teams effectively, securing data and systems, leveraging big data and analytics, and managing change, managers can help their organizations thrive in the digital era.

6. *Data Security.* With the rise of cyberattacks and data breaches, data security has become a top priority for managers. It's crucial to develop robust security protocols and train employees on secure practices to safeguard sensitive information.

7. *Employee Engagement.* In a remote and distributed work environment, maintaining employee engagement is a challenge. Managers need to create a culture of trust, communication, and recognition to keep employees motivated and engaged.

8. *Technology Integration.* Integrating new technologies into existing processes can be challenging, especially when dealing with legacy systems. Managers must evaluate the cost-benefit of new technologies, ensure compatibility with existing systems, and provide training to employees on their usage.

To address these challenges, managers need to embrace a holistic approach that combines traditional management principles with digital tools and strategies. This involves fostering a culture of continuous learning, encouraging innovation, and fostering collaboration among teams. By doing so, managers can navigate the complexities of the digital era and lead their organizations towards success.

Reference:

1. Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies.* W. W. Norton & Company.
2. Davenport, T. H. (2014). *Thinking for a living: How to get better performance and results from knowledge workers.* Harvard Business Review Press.
3. Mettler, T., & Wager, S. (2018). *The future of work: Automation, employment, and productivity.* Russell Sage Foundation.
4. Porter, L. W., & Heppelmann, J. E. (2014). How smart, connected products are transforming competition. *Harvard Business Review*, 92(11), 64-88.

5. Susskind, R., & Susskind, D. (2015). *The future of the professions: How technology will transform the work of human experts*. Oxford University Press.

Chen XIAOQIAN

Wenzhou Business College, Wenzhou City, China

PhD student, West Ukrainian National University, Ternopil, Ukraine

Supervisor: DSc, Professor Roman ZVARYCH

DOES ARTIFICIAL INTELLIGENCE PROMOTE COMMON PROSPERITY WITHIN ENTERPRISES? - EVIDENCE FROM CHINESE-LISTED COMPANIES IN THE SERVICE INDUSTRY

As the core driving force of a new round of industrial transformation, artificial intelligence (AI) has brought new opportunities and challenges to global economic and social development. The most significant economic challenge AI triggers is income distribution. These challenges are equally severe in China. Faced with a long-standing wealth gap, China's proposed goal of "common prosperity" has been continuously impacted by AI in recent years. Improving workers' incomes and remuneration is essential for promoting shared prosperity. However, with the widespread application of AI in the service industry, the labor market in the service industry has been increasingly impacted. The challenges brought by AI to the employment absorption capacity of the service industry and the resulting changes in labor income share have attracted strong social attention. We used data from Chinese A-share service industry-listed companies from 2008 to 2022 to examine the impact of AI applications on the labor income share in service industry enterprises and verify its channels of action.

Artificial intelligence is widely used in industrial robots, speech recognition, search engines, computer software, and other fields. It rapidly triggers a wave of machine replacement in the industrial field and profoundly changes the service industry's work mode and job configuration. Owing to the impact of Baumol's disease, the service industry has low productivity and is prone to a structural slowdown during economic servitization. Fundamentally, "Baumol's disease" is caused by a service industry that requires many human resources to be invested and completed face-to-face, slow technological progress, and difficulty achieving large-scale production. However, in recent years, the new generation of AI represented by generative artificial intelligence (AIGC) has continuously made breakthroughs that will have a significant impact on the production mode, factor input, technological progress, and production efficiency of the service industry, thus potentially curing "Baumol disease" in the service industry and improving its productivity.

However, while AI improves productivity in the service industry, can it distribute income fairly and share the cake well? The latest "2022 World Inequality Report" released by the World Inequality Lab shows that at the beginning of China's reform and opening up in 1978, the top 10% and bottom 50% accounted for 27% of income, respectively. The gap between these two levels has widened annually, especially since the 21st century, and the wealth gap has become increasingly

prominent. In 2021, the top 10% will account for 42% of income, while the bottom 50% will account for only 15%. The Gini coefficient has long exceeded the international warning lines. The problem of income inequality in China is becoming increasingly severe. What role does AI play? At present, empirical evidence on this aspect is limited.

In this study, we chose the perspective of AI as a technological innovation, providing a new perspective to explain the decline in the labor income share of Chinese service industry enterprises. We explore the inherent impact mechanism and transmission path of AI on the labor income share from the effects of employment structure changes on capital-labor substitution, wage rate effects, and productivity effects.

1. Artificial intelligence applications in service industry enterprises will reduce their share of labor income. The service industry plays a huge role in attracting employment, covering diverse professions such as catering services, retail sales, education, and healthcare, and providing workers with a wide range of employment opportunities. At the same time, some service positions do not require many qualifications and specific skills, creating a low-threshold employment starting point and flexible employment forms and providing income security for various groups. However, the application of AI in the service industry has impacted the labor market and employment structure, leading to changes in the employment participation of workers with different skills, positions, and levels, affecting their income status.

2. Artificial intelligence applications in service industry enterprises reduce the share of labor income by squeezing out low-educated workers. According to the task allocation method proposed by Autor, the general workforce is engaged in general labor tasks, whereas the high-tech workforce can engage in non-general tasks. If the matching rate between the labor force and labor tasks in society is higher, the unemployment rate will be lower, and vice versa. Therefore, AI will partially replace human labor by squeezing out low-educated employment.

3. Artificial intelligence applications in service industry enterprises reduce the share of labor income by squeezing out frontline job opportunities. Most positions eliminated by AI are production-oriented frontline jobs that perform routine tasks. The proportion of workers engaged in frontline work in enterprises is continuously decreasing in terms of overall employment, but it also creates many new positions, such as development and maintenance personnel for AI.

4. Artificial intelligence applications in service industry enterprises will significantly increase productivity and exceed wage rates, thereby reducing the share of labor income. The share of labor income is also influenced by the relationship between wage rates and labor productivity. If the driving effect of AI on labor productivity exceeds its effect on improving wages, it will lead to a decrease in the share of labor income. Artificial intelligence can improve production efficiency to a certain extent, which is conducive to increasing capital income and promoting a new round of capital accumulation. AI can increase the share of capital income, thereby reducing the share of labor income. Because capital is usually held by a small number of people and more labor still relies on providing labor for income, the positive effects of AI on capital benefit only a few people. Therefore, the heterogeneity AI brings to

the two production factors of labor and capital is not conducive to fair income distribution between factors.

5. *Reducing the degree of labor market segmentation and enhancing workers' bargaining power can help alleviate the negative impact of AI on the labor income share in the service industry.* While AI replaces some frontline workers, it also creates suitable positions for non-frontline workers, which is the main source of the increase in labor income share. However, in areas with severe labor market segmentation, there are significant obstacles to labor mobility, which may result in companies using AI. At the same time, some highly educated and skilled laborers cannot flow into these enterprises, leading to slower growth in the labor income share. An important reason for the decrease in the labor income share caused by the application of AI is that it has replaced a portion of low-educated, low-skilled, or frontline workers, as well as the unfair distribution of added value between labor and capital in enterprises. Therefore, if we want to curb the decline in the share of labor income or further increase the share of labor income, the key lies in improving the relative bargaining power between workers and capital owners. On the one hand, in the face of the impact of AI applications, improving workers' bargaining power can protect them from being easily replaced, forcing entrepreneurs to retrain this part of the workforce to adapt to automated production. On the other hand, with improved bargaining power, workers can gain more benefits from the distribution of the total surplus in the enterprise.

This study has important policy implications for stabilizing the employment absorption capacity of the service industry, improving labor income, and promoting prosperity.

First, improving the labor skills training system, increasing on-the-job education and vocational skills training for workers, enhancing the education level of low-educated workers, and actively promoting their re-employment. Enterprises should be encouraged to carry out pre-job training for new skills, improve the skill level of labor, adapt to the needs of new positions created by AI, better complement the advantages of AI, alleviate the impact of unemployment caused by the application of AI, and stabilize and improve worker income.

Second, it optimizes the regional labor mobility system and mechanism, breaks down labor mobility barriers between regions, and reduces labor mobility costs. At the same time, it is necessary to accelerate the construction of inclusive social security systems such as unemployment insurance, improve the negotiation ability of workers, provide more comprehensive and reliable protection for workers and unemployed individuals, mitigate the adverse impact of frictional unemployment caused by technological changes in the low-skilled labor market and income distribution, and improve the relative position of labor remuneration in income distribution.

Reference:

1. Acemoglu, D., Koster, H.R.A., Ozgen, C., 2023. Robots and workers: evidence from the Netherlands. NBER Working Papers, No.31009.
2. Ayhan, F., Elal, O., 2023. The impacts of technological change on employment: evidence from oecd countries with panel data analysis. Technological Forecasting and Social Change 190. Article 122439.

3. Cheng, H., Wang, H., Shi, D., 2021. Does the use of robots lead to a decline in firms' labor income share? *China Science and Technology Forum* 2, 152-160.
4. Guo, K., 2019. Artificial intelligence development, industrial structure transformation and upgrading and labor income share changes. *Management World* 35(07), 60-77.
5. He, X., Zhu, G., Feng, D., 2023. Industrial robot application and labor income share - Evidence from Chinese industrial firms. *China Industrial Economics* 4, 98-116.

СЕКЦІЯ 6 . МІЖКУЛЬТУРНІ КОМУНІКАЦІЇ ТА ДІЛОВЕ СПІЛКУВАННЯ

Вікторія Бучинська
Західноукраїнський національний університет
м.Тернопіль

ВАЖЛИВІСТЬ ФОРМУВАННЯ ПЕРСОНАЛЬНОГО БРЕНДИНГУ ФАХІВЦЯ У СУЧАСНОМУ МІЖКУЛЬТУРНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Персональний брендинг - це процес створення і управління власним образом, ідентичністю та репутацією з метою досягнення професійних та особистих цілей. Це аналогія до бренду компанії, але зосереджена на індивідуальних характеристиках, які роблять кожну людину унікальною. Основна ідея полягає в тому, щоб своїм власним стилем, цінностями, знаннями, навичками та іміджем підсилити свою привабливість для роботодавців, клієнтів, партнерів та інших зацікавлених сторін. Персональний брендинг може включати в себе різноманітні елементи, такі як активна участь у соціальних мережах, створення особистого веб-сайту, публікації у фахових виданнях, виступи на публічних заходах, розвиток мережі контактів тощо. Він дозволяє людині побудувати свою унікальну марку, яка допоможе виокремитися серед конкурентів і забезпечити успіх у кар'єрі або бізнесі.

У сучасному міжкультурному середовищі формування персонального брендингу для фахівця набуває особливої важливості і обумовлене певними причинами. Завдяки глобалізації, ми взаємодіємо з людьми з різних культур та країн щодня. Персональний бренд допомагає вибудувати свою унікальну ідентичність, яка буде зрозумілою та привабливою для різноманітності аудиторії. Створення сильного персонального бренду сприяє підвищенню рівня довіри до фахівця в міжкультурному середовищі. Якщо люди відчують, що вони знають і розуміють вас, вони будуть більш схильні довіряти вам та використовувати ваші послуги або продукти.

У світі, де конкуренція за ресурси та увагу велика, власний бренд допомагає виділятися серед інших фахівців. Це дозволяє залучати нових можливостей, партнерів та клієнтів. Формування персонального брендингу сприяє розумінню та впровадженню культурних різноманітностей. Фахівець, який показує свою культурну відкритість та адаптивність, стає більш ефективним у взаємодії з різними культурами. Персональний бренд допомагає фахівцеві збудувати мережу зв'язків у різних культурах. Це відкриває нові можливості для співпраці, розвитку та обміну досвідом.

Отже, формування персонального брендингу - це постійний процес, який потребує часу, зусиль та постійного вдосконалення. В сучасному міжкультурному середовищі формування персонального брендингу є ключовим елементом успіху для фахівця, що дозволяє збудувати довіру, відзначитися серед

конкурентів та ефективно взаємодіяти з різноманітними аудиторіями. Формування сильного персонального брендингу дозволяє фахівцям сприяти взаєморозумінню та розвиватися як професіоналам.

Перелік використаних джерел:

1. Michael Beverland. Brand Management: Co-creating Meaningful Brands SAGE, 2018. 416 p.
2. Khedher, M. (2014). Personal branding phenomenon. International Journal of Information, Business and Management, 6(2) 29-40.
3. Brittany Hennessy “Building your personal brand in the age of social media” Kensington, 2018, 272p.
4. Gobble, M. M., & Blodgett, J. G. (2014). Your brand’s best friend: Harnessing the power of brand friendship for a competitive advantage. Journal of Brand Management, 21(5), 422-435.
5. Юрген Саленбахер. Креативний особистий брендинг. Харків: Вид-во «Ранок»: Фабула, 2019, - 240с.

Дарія Щуцька, Наталія Батрин
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

РОЛЬ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПРИ ВИКЛАДАННІ ФАХОВИХ ДИСЦИПЛІН У ВИЩІЙ ШКОЛІ

Технології ХХІ століття дозволяють урізноманітнити процес викладання та навчання, зробивши його доступнішим та цікавішим. Пандемія ковіду та повномасштабне вторгнення росії в Україну показало нам, що ми можемо навчатися у змішаній формі або повністю онлайн. У цьому випадку постає питання щодо якості та доступності викладання та сприйняття студентами інформації. Таким чином, інформаційні технології можуть стати невіддільною частиною сучасної системи освіти.

Основним критерієм використання інформаційних технологій є їхня новизна. З цією метою викладачі мають бути включені до інноваційної діяльності. Педагогічними інноваціями в навчальному процесі можуть бути такі, що стосуються змісту навчального матеріалу, технічних засобів, педагогічних технологій, методів тощо В умовах вимушеної дистанційної освіти, основним завдання викладача є не тільки надання студенту інформації, а й організація процесу доступу до неї і засобів її обробки.

Дистанційне навчання - це можливість зробити процес навчання більш яскравим і динамічним, воно дозволяє формувати глибші знання. Даний вид навчання сприяє створенню єдиного інформаційно-освітнього простору за допомогою Інтернет-технології, прямого і зворотного зв'язку викладача і здобувача освіти. Отримана в результаті спільної діяльності інформація стає особистим знанням студента, а викладач виконує роль наставника, який

допомагає студенту в самостійній діяльності з освоєння знань. Крім того, варто відзначити, що сучасні методи викладання – це необхідна умова закладу вищої освіти [1].

Отже, як можна урізноманітнити навчальний процес:

- використання відеолекцій/уроків та дуже популярно зараз слухати або записувати подкасти. Подкасти допоможуть студентам послухати практиків, почути історії з життя тих чи інших людей та сформувати певні уявлення щодо професії, явищ, періодів тощо. Це може бути хорошим доповненням до поданої теми. Крім того, можна запропонувати студентам як один із видів діяльності записати подкаст на задану тему. Таким чином вони зможуть навчитися узагальнювати пройдений матеріал;

- інтегрувати віртуальну реальність – це використання віртуальної та розширеної реальності, що дозволяє створювати інтерактивні симуляції та імітації. Це сприятиме кращому засвоєнню практичних навичок та реального досвіду;

- розвиток мультимедійних навичок – мається на увазі використання різноманітних мультимедійних матеріалів, які допомагають студентам розвивати навички роботи з різними типами інформації, а також критичного мислення та аналітичних здібностей;

- інтерактивність навчальних матеріалів – це використання інтерактивних дошок та презентацій, що своєю чергою дозволяє створювати захопливі уроки, під час яких студенти можуть активно взаємодіяти з викладачем та іншими студентами. Це сприяє залученню до процесу навчання та стимулює пізнавальну активність;

- сформувати принципи взаємодії зі штучним інтелектом, який можна використати для пошуку та аналізу інформації;

- проводити симуляційні заняття, щоб відтворити середовище діяльності певної професії (Світове кафе, гра-імітація, симуляція виборів тощо);

- заохочувати студентів проходити додатково навчальні та професійні курси, відвідувати відповідні заходи та долучатися до онлайн-заходів. Таким чином, отримані знання можуть примножуватися, вдосконалюватися та застосовуватися на практиці;

- застосування різноманітних веб-порталів та мобільних додатків для проходження поточного зрізу знань.

Приклади вище зазначених ресурсів може виглядати так: TedTalks, Prometheus, Дія.Освіта, Zoom, AirMeet тощо.

Викладачі вищих навчальних закладів використовують різноманітні ефективні стратегії для залучення студентів до активного процесу навчання. Наприклад, учбові ситуації (кейси) виявилися корисним інструментом у бізнесі, юриспруденції, медицині та інших дисциплінах. Метод можна застосовувати в будь-якій дисципліні для зміцнення аналітичного мислення студентів, здатності розв'язувати проблеми та приймати рішення. Учбові ситуації сприяють вивченню ключових понять, розвитку навичок письмового та усного спілкування та розумінню актуальності понять для повсякденного життя ефективніше, ніж обговорення в класі та читання підручників, особливо в поєднанні з

інтерактивною симуляцією, імітацією, та використанням інформаційних технологій й штучного інтелекту.

Отже, сучасна освіта дозволяє застосовувати різноманітні інструменти та ресурси у процесі викладання фахових дисциплін. Педагоги повинні бути зацікавлені у якісній подачі матеріалу і здобуванні студентами релевантних та актуальних твердих та м'яких навичок XXI століття. Сучасні інформаційні технології можуть розширити межі пізнання і допомогти сформувати професіонала своєї справи.

Перелік використаних джерел:

1. Адонін С. В., Куряча Н. В. Сучасні методи викладання з використанням інформаційних технологій. *Ефективна економіка*. 2021. №4.

2. Еллі Гран. 15 інноваційних методів навчання з посібником і прикладами (найкраще у 2024 році) : веб-сайт. URL: <https://ahaslides.com/uk/blog/15-innovative-teaching-methods/?ssp=1&darkschemeovr=1&setlang=en&cc=XL&safesearch=moderate> (дата звернення 22.02.2024).

3. Інформаційні технології в професійній діяльності : матеріали XVI Всеукраїнської науково-практичної конференції / Рівне : РВВ РДГУ. 2023. 217 с.

4. Інформаційні технології у вищій школі : Монографія / за заг. ред. Вакалюк Т.А., Литвинової С.Г. Житомир: вид-во ФОП "О.О.Євенюк", 2019. 364с.

Юліана Питура

Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ВАЖЛИВІСТЬ ЕФЕКТИВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ У ЛОГІСТИЦІ

У сучасному швидкоплинному та взаємопов'язаному світі зв'язок відіграє ключову роль в успіху будь-якої галузі, і логістика не є винятком. Сектор логістики значною мірою покладається на ефективні комунікації для оптимізації операцій, оптимізації ланцюгів постачання, покращення обслуговування клієнтів і забезпечення безперебійної координації між різними зацікавленими сторонами.

Одним із найважливіших способів впливу комунікації на логістику є обмін інформацією в реальному часі. З появою передових технологій і цифрових платформ фахівці з логістики тепер можуть миттєво отримувати доступ до критично важливих даних.

Оновлення в режимі реального часу щодо рівня запасів, статусу відправлення та графіків доставки дають змогу компаніям приймати своєчасні рішення та завчасно реагувати на непередбачені проблеми.

Наявність доступу до даних у реальному часі дозволяє логістичним компаніям виявляти потенційні вузькі місця та відповідно коригувати свої стратегії, що призводить до скорочення часу виконання робіт і підвищення загальної ефективності.

Цей спрощений інформаційний потік також мінімізує ризик відсутності та надлишкових запасів, що призводить до економії коштів і підвищення задоволеності клієнтів.

Ефективна комунікація також сприяє видимості та прозорості ланцюга постачання, забезпечуючи всім зацікавленим сторонам доступ до точної та актуальної інформації. Від постачальників до виробників, дистриб'юторів, роздрібних продавців і кінцевих споживачів – увесь ланцюжок постачання отримує переваги від покращення прозорості.

Прозорий ланцюжок поставок забезпечує кращу координацію та співпрацю, оскільки всі учасники знаходяться на одній сторінці щодо рівня запасів, статусу замовлення та термінів доставки. Це сприяє швидшому вирішенню проблем і допомагає оптимізувати маршрути та види транспорту, зменшуючи непотрібні затримки та витрати.

Хотілося б зазначити, що у галузі логістики обслуговування клієнтів має першочергове значення. Швидке та чітке спілкування з клієнтами має важливе значення, щоб інформувати їх про статус їхніх відправлень, терміни доставки та будь-які можливі затримки.

Проактивна комунікація у разі несподіваних проблем демонструє прихильність і зміцнює довіру, що призводить до підвищення рівня задоволеності та лояльності клієнтів.

Крім того, канали зв'язку, такі як чат-боти, електронні листи та гарячі лінії обслуговування клієнтів, пропонують клієнтам можливість висловити свої проблеми та швидко знайти рішення. Цей цикл зворотного зв'язку є неоціненним у визначенні областей для вдосконалення та постійного підвищення рівня обслуговування.

Логістика – це складний процес, який включає в себе злагоджену співпрацю кількох організацій. Ефективна комунікація сприяє співпраці та координації між постачальниками, виробниками, перевізниками та іншими посередниками. Коли всі зацікавлені сторони злагоджені та безперебійно спілкуються, ймовірність помилок і непорозумінь значно зменшується.

Платформи та інструменти для співпраці дозволяють оновлювати в режимі реального часу, розподіляти завдання та обмінюватися документами, сприяючи плавному робочому процесу та знижуючи ризик прогалин інформації. Ефективна координація забезпечує швидке переміщення товарів по ланцюжку постачання, мінімізуючи час простою та оптимізуючи використання ресурсів.

Більш того, під час непередбачуваних подій, таких як стихійні лиха, страйки робочих або глобальні пандемії, ефективна комунікація має вирішальне значення для врегулювання кризових ситуацій і підвищення стійкості логістичних операцій.

Оперативне повідомлення про зміни маршрутів доставки, альтернативних постачальників або затримку доставки допомагає компаніям адаптуватися та швидко реагувати на складні ситуації.

Наявність потужних каналів зв'язку також дозволяє логістичним компаніям підтримувати прозорий зв'язок зі своїми партнерами та клієнтами під час криз, пом'якшуючи вплив і зберігаючи довіру в довгостроковій перспективі.

Отож, підсумовуючи, комунікація є основою логістичної галузі, впливаючи на кожен аспект її діяльності. Від обміну інформацією в режимі реального часу та видимості ланцюга постачання до обслуговування клієнтів, співпраці та управління кризовими ситуаціями ефективна комунікація сприяє ефективності, знижує витрати та підвищує задоволеність клієнтів.

Оскільки технології продовжують розвиватися, галузь логістики повинна адаптуватися та використовувати інноваційні комунікаційні рішення, щоб залишатися конкурентоспроможною та стійкою. Підкреслення важливості чіткої та прозорої комунікації, безсумнівно, відкриє нові можливості та оптимізує ефективність логістичного сектору в майбутньому.

Перелік використаних джерел:

1. Communicating effectively in logistics and supply chain. URL: <https://albionlanguages.com/communicating-effectively-in-logistics-and-supply-chain/>

2. The 8 Rules of Successful Communication Logistics. URL: <https://www.commerce-logistics.com/communication-logistics.html>

3. The Importance Of Effective Communication In Freight Logistics. URL: <https://medium.com/@portzlogistics185/the-importance-of-effective-communication-in-freight-logistics-400cb77ec8cf>

Iryna Halasa

King's College London, London

West Ukrainian National University, Ternopil

FUNCTIONS OF UKRAINIAN WAR DISCOURSE DURING FULL-SCALE INVASION OF RUSSIA

(based on Volodymyr Zelenskyy Independence Day Speech on August 24, 2023)

This paper interprets President Zelenskyy's Independence Day speech presented on August 24, 2023. It is analyzed from the perspective of critical discourse analysis. Volodymyr Zelenskyy is the sixth president of Ukraine since 2019. He was formerly a comedian and an actor.

In March 2018, members of Zelenskyy's production company Kvartal 95 registered a new political party called Servant of the People the same name as the television program that Zelenskyy had starred in over the previous three years. Taking into account Zelenskyy's former career, discourse has always been an important tool to influence and manipulate the audience.

Kvartal 95 humor, sarcasm and satire were the key means to reach the recipients before his presidential ambitions. And his political speeches in the role of the President became the main source of information and support to the Ukrainians during the full-scale invasion of Russia to Ukraine.

In general, Volodymyr Zelenskyy's speeches perform four functions, according to my observation. They are:

1. Unifying function. The aim of this function is to unite the citizens of Ukraine against the common enemy – Russian Federation. The President keeps telling that only together the Ukrainian nation will be able to win the war (*“Бо ви важливі. Всі українці! Хоч би де довелось зараз бути”, “Кожен, хто організовує збори й підтримує вогонь волонтерства, цієї щирої української єдності”, “І головне, що ми всі тебе не втратили”, “Бо ми всі зробили так, що коли один говорить: «Слава Україні!», весь світ відповідає: «Героям слава!»”*).

2. Supportive and encouraging functions. Being the leader of the nation, Volodymyr Zelenskyu is considered to be one of the most influential people in Ukraine who is able to support and encourage Ukrainians, make them believe in better future, give them hope and provide them with help (*“Дякую кожному, хто чекає рідних із фронту, кожному, хто щодня молиться за них, хто телефонує чи пише таке важливе «Як ти?», аби почути таке бажане «Все добре!» Таке цінне «Я тебе кохаю»... «Наш син зробив учора перший крок»... «Доця сьогодні сказала: «Тато»...”, “І коли в будь-якій країні мама дає своїй дитині книжку українською, щоб дитина не втратила себе й свого, коли мама вчить української, коли переживає за Україну й чекає новин з України, чекає, щоб можна було повернутися, – це найважливіше”*).

3. Sympathetic function. Sympathy is an emotion typical for kind people. This is the way the President wants to be and look like. Being sympathetic for the Ukrainians' grief, Volodymyr Zelenskyu is portrayed as “one of us”. His feelings are human and common for every citizen of the country (*“Зв'язок між людьми. І це більше, ніж просто комунікація. Це зв'язок із життям. Слова підтримки. Слова подяки. І, на жаль, слова, які є найбільш болісними на війні: «Його більше немає...»”*,

“Чимало українців втратили через війну близьких. Герої, завдяки яким ми не втратили України. Я дякую і вклоняюся перед кожним і кожною з них”).

4. Glorious function. Accept all functions, stated above; glorious function plays a very important role. Seen as strong and brave, Ukrainians are likely to overcome all difficulties and hardships even easier (*“Великий народ великої України”, “Свято вільних людей. Свято сильних людей. Свято гідних. Свято рівних”, “Слава Україні!», «Слава українським електрикам!», “З Днем Незалежності, Україно! Слава Україні!”*).

Aggression is not typical for battlefields only; it is an inseparable part of verbal and non-verbal communication during war. This type of discourse during armed conflicts may and usually does influence recipients' beliefs and ideological preferences.

Consequently, hatred finds its way out in physical environments. And if left unstopped, can ruin the whole country, its identity and language.

References:

1. Official website of the President of Ukraine – <https://www.president.gov.ua>

PROBLEMS AND COUNTERMEASURES FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF TEACHING AND RESEARCH OFFICES IN APPLIED PRIVATE UNIVERSITIES

The sustainable development of the teaching and research department is a powerful guarantee for the sustained, healthy, and rapid development of private universities. This article takes the grassroots teaching organization unit – Teaching and Research Office as the research object, starting from five aspects: teaching and research office system, teacher responsibilities, incentive mechanism, teacher construction, and school enterprise cooperation, in order to explore scientific and standardized strategies for the construction of teaching and research offices in private applied undergraduate universities, and ensure the sustainable development of teaching and research offices in private universities.

The teaching and research office of a university is a teaching and research organization (referred to as the teaching and research office) established based on disciplines or a combination of several similar courses. It is the grassroots unit that constitutes the teaching management system of higher education institutions and is the direct executor of teaching, teaching and research, and management work. The success or failure of its construction directly affects the teaching quality, teaching and research atmosphere, scientific research level, and campus civilization construction of universities, thereby directly affecting the quality of talent cultivation and the long-term development of the school. Private universities have made significant progress in management in the past decade due to their independence, autonomy, and flexibility, as well as the support of national policies and the needs of the people.

Private universities have established many teaching and research offices in different categories, playing an important role in teaching, scientific research, and management. However, due to the lack of long-term planning for the development of teaching and research offices, the eagerness for quick success, and the instability of the teaching staff, the management and construction of teaching and research offices in private universities currently face many problems, making it difficult to ensure the healthy, rapid and sustainable development of private universities, and even shaking the foundation of their development.

At present, most private universities are positioned as teaching or research oriented, and the teaching and research department is the best grassroots organization for teaching-oriented universities. It has an irreplaceable position and positive role in the development of private universities. It is crucial to build the teaching and research office well and achieve sustainable development. Therefore, the construction of teaching and research rooms is of great significance for the development of private applied undergraduate universities.

1. The problems in the construction of teaching and research rooms in applied private undergraduate universities.

In order to gain a deeper understanding of the current situation of teaching and research departments in private applied undergraduate universities and identify their existing problems, the author conducted a survey on 11 teaching and research departments in 6 private applied undergraduate universities in Guangdong, including Guangzhou University of Business and Economics. It was found that the main problems in the current teaching and research departments include "imperfect system of teaching and research departments", "unclear responsibilities of teaching and research departments", "low enthusiasm for scientific research among teachers", "need to strengthen teacher construction", and "insufficient implementation of school enterprise cooperation work".

(1) The system of the teaching and research office is not perfect.

A scientific teaching and research office system is the foundation for ensuring the orderly development of teaching and research office activities. Currently, many private universities do not have a sound regular meeting, academic exchange, and incentive mechanism. In the absence of sufficient human, material, and financial investment in schools, the difficulty of carrying out teaching and research office activities has greatly increased. At the same time, private university teachers usually undertake the teaching work of multiple courses on their own, with high class hours, high teaching pressure, and a lack of appropriate guidance mechanisms. Teachers have a weak awareness of participating in teaching and research activities, and many teachers subjectively fail to actively participate in the process of professional planning such as talent cultivation. This further increases the difficulty of organizing high-quality teaching and research activities, making it difficult to summarize effective teaching and research plans during activity discussions. The development of teaching and research activities in the teaching and research room is merely formal, and the content mostly lacks systematicity and relevance, failing to achieve the expected promotion effect.

(2) The responsibilities of the teaching and research department are not clear.

The Teaching and Research Office is a platform that provides professional teachers with teaching and research activities. Clear responsibilities are the foundation for the healthy and stable construction of a teaching and research office, and at the same time, it should also enhance the organizational ability of the teaching and research office director and the sense of participation of the teaching and research office teachers. At present, the responsibilities of teachers in the teaching and research department are generally unclear, and the director of the teaching and research department usually assigns their work temporarily based on specific affairs, resulting in situations such as repeated organization of teaching materials and waste of resources.

(3) Teachers have low enthusiasm for scientific research.

Scientific research and academia are an important component of higher education, and private universities are no exception. However, the reality is that most teachers in private universities face high teaching pressure, and without corresponding supporting policies and financial support, it is difficult to achieve certain results in scientific research and academic work. The academic level of teachers in scientific

research also directly affects the academic ability of students. In the absence of research direction for a long time, it is easy to form a resistance mentality towards scientific research work, leading to a certain degree of vicious cycle.

(4) The construction of teaching staff needs to be strengthened.

Unlike public institutions that have been running for many years, the faculty structure of private universities is more complex. Firstly, young teachers are the main focus. If young teachers are hastily pushed onto the podium without training, it is often difficult to achieve the expected good teaching results. Secondly, the proportion of part-time teachers is higher. For applied universities with strong engineering capabilities, enterprise part-time teachers largely compensate for the disconnect between the talent cultivated by universities and the needs of enterprises. However, in the actual teaching process, the problem of whether part-time teachers in enterprises can do or speak is particularly prominent. Some part-time teachers in enterprises directly jump from engineer positions to teaching positions without training, resulting in a more prominent situation of adaptation and seriously affecting the actual classroom effect. Thirdly, the proportion of senior professional titles is relatively low, making it difficult to attract talents.

(5) The implementation of school enterprise cooperation is not sufficient.

School enterprise cooperation is an important component of talent cultivation in universities, and the role of enterprises is particularly prominent in private applied undergraduate colleges. Therefore, various private universities attach great importance to joint training with enterprises, hoping to use the power of enterprises to bridge the gap between classroom theoretical knowledge and actual work needs of enterprises. However, in the actual cooperation process, it often stays at a shallow level of cooperation mode and has not achieved deep cooperation. The trained students still cannot meet the employment requirements of the enterprise, resulting in a mismatch between the needs of the enterprise and the output of student talents.

2. Ideas and Measures for the Construction of Teaching and Research Offices in Private Applied Undergraduate Universities

(1) Establish a scientific and standardized teaching and research office system.

As a bridge between the college and teachers, the teaching and research office plays a bridging role. In order to ensure the smooth operation of the teaching and research office, the college should give it sufficient attention and a certain degree of autonomy, and provide human and material support as much as possible. The teaching and research department should also tailor its own rules and regulations based on the requirements of the institute and the actual situation, in accordance with its own characteristics. Firstly, the teaching and research office needs to update its management philosophy in real time to keep up with the times, especially with the rapid development and changes in engineering majors.

If traditional management concepts are simply applied, it will inevitably have a restraining effect on professional development. Secondly, the teaching and research office needs to play a significant role in controlling the academic work of teachers. Therefore, a scientific and reasonable management system is essential. In addition to improving basic rules and regulations such as daily listening and student feedback, an evaluation mechanism should also be established. Regular summaries of the teaching

work undertaken by the teaching and research office should be conducted, and teachers who conscientiously implement daily teaching requirements, actively participate in professional construction, scientific research and academic research should be rewarded to promote the improvement of their professional level and fundamentally promote their professional development.

(2) Clarify the responsibilities of each teacher in the teaching and research room.

As the organizer of teaching and research activities, the director of the teaching and research department should be good at learning, brave in dedication, and continuously improve his/her professional level in teaching and research. He/she should lead other teachers in the teaching and research department to make progress together, improve the participation and sense of belonging of the teaching and research department teachers.

The personal charm of the director of the teaching and research office is a necessary condition to ensure the normal operation of the work. Under a clear system of the teaching and research office, it is necessary to achieve fairness and justice, and be able to coordinate and arrange work reasonably according to the characteristics of each teacher.

For example, teachers with strong teaching abilities should take on more professional curriculum reform work, encourage teachers with strong research abilities to apply for more scientific research academic projects, and take on more college student innovation and entrepreneurship projects and student competition guidance work for teachers with outstanding practical abilities.

At the same time, the director of the teaching and research office also needs to have strong communication skills, be able to timely understand the work status of the teachers in the teaching and research office, accurately reflect the demands of the teachers to the college leaders, and use the incentive mechanism of the teaching and research office to effectively change the passive participation of teachers in the work of the teaching and research office.

(3) Develop an effective incentive matching management system for scientific research resources.

It is particularly important to leverage the advantages of the teaching and research office system when external conditions such as project funding are insufficient. The director of the teaching and research office should assist the college in integrating resources based on sufficient research, including integrating with other professional topics of the college, integrating with interdisciplinary research topics of other colleges, jointly applying for projects with sister colleges, and conducting joint research on shared resources with related enterprises and institutions to expand the research platform of the teaching and research office.

At the same time, in the absence of effective scientific research incentives and guarantees from the school, fully utilize the existing scientific research system of the teaching and research office, regularly hold academic meetings, exchange scientific research information among members, and from the perspective of each teacher's research direction, use joint research and other methods to exert the subjective initiative of each teacher, form scientific research teams, and combine the research direction with the guidance of college student innovation and entrepreneurship projects, professional

competitions, graduation projects, etc., effectively improving the scientific research academic level of teachers and students. At the same time, teachers who are willing to participate in corporate cooperation projects will be rewarded, which not only trains teachers but also truly brings the scientific research advantages of universities into enterprises and transforms them into their productivity.

(4) Establish a structurally sound teaching staff.

In the process of teacher development, firstly, the implementation of the mentorship system for young teachers is particularly important. The director of the teaching and research office should designate experienced senior professional title teachers to provide one-on-one guidance, helping young teachers quickly enter the teaching state, understand the school's various rules and regulations, teaching materials, and classroom management. At the same time, young teachers are organized to listen to teacher courses with good teaching evaluations for a long time, and learn from them, achieving regular communication and feedback, and forming a stable closed-loop structure.

(5) Build a school enterprise cooperation model that integrates industry, academia, and research.

As the grassroots unit of college management, the teaching and research office also plays a crucial role in the implementation of school enterprise cooperation. Enterprises usually have a sharper sense of market demand, so school enterprise cooperation should run through the entire teaching process. Starting from the formulation of talent cultivation plans, the director of the teaching and research department needs to lead all teachers to go deep into the enterprise and discuss talent cultivation goals with frontline engineers.

As talent cultivation goals are for students who graduate in four years, they must be forward-looking. The director of the teaching and research department should organize joint discussions with enterprise engineers, experts from similar universities, and frontline teachers to ensure the scientific and forward-looking nature of talent cultivation goals.

Subsequent work should closely focus on talent cultivation goals, and the curriculum construction should incorporate the latest real enterprise cases as much as possible. This requires teachers in the teaching and research room to maintain long-term effective contact with enterprise engineers, including inviting enterprise engineers to participate in teaching and research room activities, and ensuring that teachers in the teaching and research room participate in real enterprise cooperation projects. In the innovation and entrepreneurship projects and club activities of college students, the participation and guidance of part-time teachers in enterprises are also needed. Not only at the technical level, but also in the industry itself, students with team cooperation and communication skills are also needed.

If they do not have this ability, they will not be able to quickly integrate into the enterprise environment and be competent in related positions after entering the employer in the future. In the graduation internship stage, the director of the teaching and research department needs to implement an effective school enterprise internship base.

Through the visits of the teaching and research department, both parties can reach a consensus on cooperation, transform the school's scientific research projects into actual productivity in the enterprise, and ensure the stability of student internships from a systemic perspective.

This will enable part-time teachers in the enterprise to increase their enthusiasm and be willing to break down frontline project tasks and assign them to students, rather than just letting students do some low technical content and repetitive work.

Private higher education has a long way to go, and the construction of teaching and research rooms is of utmost importance. There are still certain problems in the current construction and management process. In response to these issues, this article proposes suggestions for building a scientific and standardized teaching and research room system, clarifying the responsibilities of each teacher in the teaching and research room, formulating effective scientific research resource incentive matching management, establishing a structurally reasonable teaching staff, and building a school enterprise cooperation model that integrates industry, academia, and research. The aim is to further promote the development of teaching and research rooms in private applied undergraduate universities in China through scientific and standardized management methods.

Reference:

1. Rui Li. Research on the Difficulties and Strategies of Teaching and Research Office Management in Private Applied Undergraduate Universities [J]. *Education Observation*, 2021 (8): 75-77
2. Sun Liuya. Exploration of the Construction of Teaching and Research Offices in Private Universities [J]. *Guangdong Sericulture*, 2019 (10): 123-124
3. Zhang Yulin, Liu Juan. Research on the Construction and Management of Teaching and Research Offices in Private Universities and Countermeasures [J]. *China Education Technology Equipment*, 2018 (12) 17-19
4. Chen Yanfang, Yang Ke. Research on the Construction of Basic Teaching Organizations in Private Universities. *International Public Relations* [J], 2019 (6)
5. Wang Lanying, Zhu Mingcheng. Exploration of Deep Integration and Co construction of Joint Teaching and Research Offices between Private Universities and Enterprises [J]. *Chinese Journal of Multimedia and Online Teaching*. 2018 (10)
6. Liu Shanshan. Analysis of Problems and Countermeasures in the Implementation of Teaching and Research Activities in Grassroots Teaching and Research Offices of Private Universities [J]. *Xueyuan*, 2018 (6)
7. Qin Wei. Research on the Construction of Management System for Teaching and Research Offices in Applied Undergraduate Universities [J]. *Cai Zhi*, 2018 (35): 75
8. Le Ying. Practice and Exploration of Cross disciplinary and Composite Talent Training Model Based on School Enterprise Cooperation [J]. *Career*, 2020 (6): 47-48

CROSS-CULTURAL COMMUNICATION IN INTERNATIONAL BUSINESS

Глобалізація зробила міжкультурну комунікацію невіддільною частиною міжнародного бізнесу. Ефективна міжкультурна комунікація може покращити співпрацю, довіру та успіх у міжнародних ділових відносинах.

Щоб проаналізувати cross-cultural communication in international business ми ставимо наступні завдання:

- визначити виклики міжкультурної комунікації;
- зазначити стратегії для ефективною міжкультурної комунікації;
- дослідити переваги ефективною міжкультурної комунікації.

Виклики міжкультурної комунікації: відмінності в мові, культурні відмінності, стереотипи та упередження.

До відмінностей в мові можна віднести: невербальну комунікацію, ідіоми, та сленг. Культурні відмінності — це цінності, норми поведінки, діловий етикет, а стереотипи та упередження — це розуміння та подолання.

Можна визначити такі стратегії для ефективною міжкультурної комунікації:

- Підвищення обізнаності про культурні відмінності: дослідження та вивчення культур партнерів.
- Активне слухання: увага до невербальних сигналів та зворотного зв'язку.
- Повага та відкритість: прийняття та розуміння різних культурних перспектив.
- Чітка та лаконічна комунікація: використання простої мови та уникнення неоднозначності.
- Використання візуальних та невербальних засобів: слайди, діаграми, жести.
- Посередництво та переклад: залучення фахівців для подолання мовних бар'єрів.

Переваги ефективною міжкультурної комунікації:

- побудова міцних ділових відносин;
- підвищення ефективності командної роботи ;
- успішне ведення переговорів;
- розширення ринків та можливостей.

Міцні ділові відносини ґрунтуються на довірі, повазі та взаєморозумінні. Їх побудова потребує часу та зусиль, але приносить значну вигоду. Ефективна командна робота – це ключ до успіху в будь-якій сфері. Щоб її підвищити, потрібно визначити чіткі та вимірні цілі для команди, створити атмосферу довіри та відкритості, де кожен може висловити свою думку та розподілити завдання згідно з навичками та досвідом членів команди. Переговори – це процес обговорення та пошуку взаємовигідного рішення між двома або більше

сторонами. Якщо вони будуть успішними, то це буде супроводжуватись досягненням взаємної вигоди та угод. Розширення ринків та можливостей — це доступ до нових клієнтів та партнерів.

Отже, міжкультурна комунікація – це динамічний процес. Ефективна міжкультурна комунікація може відкрити двері до нових можливостей та успіху в міжнародному бізнесі.

Інвестування в розвиток навичок міжкультурної комунікації приносить значну вигоду. Наприклад: побудова міцних ділових відносин, підвищення ефективності командної роботи, успішне ведення переговорів, розширення ринків та можливостей. Навчання та практика міжкультурної комунікації є необхідними для успіху в глобальному бізнес-середовищі.

Alina Shpunar, Nayalia Batryn
West Ukrainian National University
Ternopil

PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF USING INTERACTIVE LEARNING METHODS

The learning process is not just a theoretical presentation of material, but also a practical aspect of applying the acquired knowledge. Interactive learning methods help to create the necessary simulation of activities in a particular field, to form opinions on certain situational problems, and to create appropriate patterns of behavior.

As future managers, we need not only a lot of theory but also, we need specific cases in which we will be able to use our theoretical knowledge and common sense.

There is a large number of scientific papers in the field of using interactive teaching methods. For example, such Ukrainian scholars studied the subject: O. Kozakevych, T. Kalna-Dubinyuk, O. Shapoval, O. Kresan, P. Sheremeta, L. Kanishchenko, etc.

Higher education instructors involve their students in the process of active learning by using a variety of pedagogical techniques. For instance, case studies have shown to be a helpful resource across numerous academic fields. The case study methodology cannot be regarded as a novel teaching method because it was created by Harvard Business School in the 1920s. Nonetheless, the case study method is still often used in leadership education today, even with its lengthy history. Modern case studies often include creative and inventive elements like games, role-playing, and simulation that are useful for developing leadership skills.

It goes without saying that case studies in higher education should foster critical thinking, permit the application of ideas outside of a specific application context, and facilitate straightforward communication between students. Through the use of case studies, students can also improve their abilities in collaboration, engagement, analytics, emotional intelligence, and effective communication. It is crucial to emphasise how communication plays a role in leadership, in contrast to psychological theories that emphasise traits and behaviours thought to exhibit leadership. It is unclear

how to teach leadership in a way that gets students to use communication as leadership skills in addition to conveying leadership theory.

Role-play simulations also involve participants acting out simulated scenarios as an additional method of experimental learning. Role-playing is designed to imitate the entire context of a mid-level leader's role and to investigate an individual's or team's experience with real-life circumstances in a safe, artificial, encouraging, and technical environment. A role's conscious or unconscious psychological components are also triggered by it.

Academics studying management have also emphasized the importance of team-based learning in assisting students in developing a deeper understanding of leadership. The formation of strategically diverse teams that participate in interdependent work throughout the course; the emphasis on student accountability and ownership for learning through preparation and individual readiness assessment; and the emphasis on interpersonal processes through team-based assessments and applications are the characteristics that set team-based learning apart.

It would seem that interactive learning methods have only positive aspects, although we all realize that this is not the case. So, let's take a closer look at the positive and negative aspects that could arise when using various interactive teaching methods and techniques.

The positive aspects include the fact that the use of interactive methods increases students' interest in the subject, promotes motivation through the possibility of self-selection of tasks, the possibility of immediate results contributes to faster and more efficient assimilation of information, etc. Interactive methods provide an opportunity to evaluate and track students' progress in real-time, and the use of such methods will help improve students' emotional states and create a positive attitude toward learning.

There may be some obstacles and negative psychological consequences of using interactive teaching methods. These include stress and excessive emotional tension. Some learners may feel stressed by interacting with large numbers of people, and anxious learners may feel uncomfortable with excessive attention. Some learners may experience a loss of individualized attention and support, especially in large groups. Different levels of knowledge and skills among learners can cause feelings of falling behind or insecurity. In addition, some may prefer traditional learning and feel insecure about their abilities when using interactive methods.

To sum up, people construct their understanding of the external world in the process of interacting with the surrounding environment, so that developing their cognitive structure. Despite all the negative aspects that may or may not arise, interactive methods must be used to prepare learners for various situations that may occur. It must be noted, that there are way more positive aspects and influence of such methods. However, any professor should be aware of all possible disadvantages and harmful effects, and try to understand each student's attitude and level of knowledge.

References:

1. Bonney K.M. (2015). Case study teaching method improves student performance and perceptions of learning gains. *Journal of Microbiology & Biology Education*, 16(1), 21-28. DOI: doi:10.1128/jmbe.v16i1.846

2. Germain-Thomas P., Lafarge C., Sidibe D. (2019). Collaborative role-play design: Teaching negotiation through a novel Student–Business partnership. *Negotiation Journal*, 35(3), 387-402. URL: doi: <http://dx.doi.org.library.capella.edu/10.1111/nej.12296> (дата звернення: 02.07.2021).

3. Germain-Thomas P., Lafarge C., Sidibe D. (2019). Collaborative role-play design: Teaching negotiation through a novel Student–Business partnership. *Negotiation Journal*, 35(3), 387-402. URL: doi: <http://dx.doi.org.library.capella.edu/10.1111/nej.12296> (дата звернення: 02.07.2021).

4. Kozakevych, O.O. (2013). The application of interactive methods in forming of the professionally oriented competence. *Science and Education: A New Dimension. Pedagogy and Psychology*, 1(7), Issue: 14. Retrieved from <https://seanewdim.com/wp-content/uploads/2021/02/Kozakevych-O.O.-The-Application-of-Interactive-Methods-in-Forming-of-the-Professionally-Oriented-Competence.pdf>

5. Kresan, O., Smolianinova, S., & Kresan, T. (2023). Psychological aspects of experiencing war stress by students when learning a foreign language. *European Humanities Studies: State and Society*, Issue 1. Retrieved from file:///C:/Users/%D0%90%D0%BB%D1%96%D0%BD%D0%B0/Downloads/361-Article%20Text-521-1-10-20230607.pdf

6. Kalna-Dubinyuk, T., Shapoval, O., Bozhuk, T., & Konnova, L. (2017). Psychological aspects of case study with interactive approach. Retrieved from <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/560c724f-3467-49e4-b888-14e91b88a6c6/content>

Laryssa Verhun
West Ukrainian National University
Ternopil

APPLICATION OF FLIPPED CLASSROOM APPROACH TO TEACHING BUSINESS ETIQUETTE

Increasingly, researchers focus on the significance of flipped learning, which enhances learning outcomes. Recent developments indicate that this approach has also been introduced in business education [5]. This resonates with Madugoda Gunaratnege etc., who postulated that "flipped learning environments have found their way into business and entrepreneurship education" [4]. As posited by Cao and Hu, applying this approach improves the quality of teaching [2].

Some researchers have implemented a flipped classroom approach to teaching business etiquette [6]. Teaching Business Protocol and Etiquette at West Ukrainian National University complies with the abovementioned tendency.

The course was developed for the international economic relations department bachelor students and aims to develop students` soft skills in business protocol and etiquette.

From a pedagogical perspective, researchers distinguish different types of flipped classroom teaching and learning, such as the standard, inverted classroom, the

discussion-oriented flipped classroom, the demonstration-focused flipped classroom, the faux-flipped classroom, the group-based flipped classroom, and the virtual flipped classroom, etc. [1; 3]. Different types of technology can be utilized to teach a subject through flipped learning. The selection of technology for flipped learning is an important decision that requires careful consideration in order to create a compelling and engaging learning experience for students.

Applying this approach in teaching Business Protocol and Etiquette changes the student's role significantly when using flipped learning technology. It ensures constant interactive communication outside the educational institution and engages students' cognitive and learning activities. Flipped learning technology can be combined with other pedagogical technologies that activate students' cognitive activities and encourage research activities. It also allows them to work at a convenient time.

The use of the flipped teaching approach in the Business Protocol and Etiquette course has been found to be beneficial for students. This pedagogical technology helps to activate students' cognitive abilities, improves their research skills, and allows them to work at their own pace. One of the advantages of this approach is that it gives the teacher more time for individual work with each student, enabling them to focus on practical aspects of the topics more effectively. Students can review the material independently, pause if necessary, or go back to specific parts of the material for better understanding.

References:

1. Добровольська, Наталія. (2020). Технологія перевернутого навчання у вищій школі в умовах карантину. *Humanities Science Current Issues*. 1. 198-202. 10.24919/2308-4863.1/32.214501.
2. Cao, Zhenzhu & Hu, Liu. (2023). Reform and Practice of Modern Etiquette Teaching Based on First-Class Curriculum Construction: Quantitative Comparison Analysis Based on Student Evaluations. 10.2991/978-94-6463-172-2_29.
3. Kuzminska O. (2016). Flipped Learning: Practical Aspects. *Journal of Information Technologies in Education (ITE)*, (26), 86-98. <https://doi.org/10.14308/ite000574>
4. Madugoda Gunaratnege, Senali & Iranmanesh, Mohammad & Ghobakhloo, Morteza & Gengatharen, Denise & Tseng, Ming-Lang & Nilashi, Mehrbakhsh. (2022). Flipped classroom in business and entrepreneurship education: A systematic review and future research agenda. *The International Journal of Management Education*. 20. 100614. 10.1016/j.ijme.2022.100614.
5. Shaffi, S., Tarek, S., & Watson, A. (2023). Enhancing Business Education through Flipped Classroom Pedagogies: The Systematic Review. *Creative Education*, 14, 1481-1495. <https://doi.org/10.4236/ce.2023.147094>
6. Shih, Wen & Tsai, Chun-Yen. (2019). Effect of Flipped Classroom with BOPPPS Model on Learners' Learning Outcomes and Perceptions in a Business Etiquette Course. *The Asia-Pacific Education Researcher*. 29. 10.1007/s40299-019-00475-z.

CROSS -CULTURAL CONFLICT RESOLUTION

Introduction: In a world where people with different cultures and traditions are increasingly coming into contact with each other, the issue of solving intercultural conflicts is becoming more and more urgent. These conflicts can arise in any area of life, from business negotiations to personal relationships, and have a significant impact on the people involved. The clash of cultures leads to the emergence of conflicts at various levels - from personal to global. Understanding how each culture perceives conflict and the means it uses to resolve it is a key element in overcoming tensions. Cultural differences can affect communication styles, group interactions, management decisions, and the overall approach to problem solving.

Goal: Highlight the main aspects of conflict resolution in an intercultural context and offer practical advice for effective interaction in conditions of diversity.

Main text: Before intercultural conflict can be resolved, it is necessary to examine the cultural contexts that may cause differences. For example, in some cultures, the principles of individualism may prevail over collectivism, which affects the style of interaction and decisions. Ukrainians, in particular, can express their opinions openly, which can be perceived as conflict behavior in other cultures. Example: When cooperating with the Ukrainian team, one may get the impression that there is no conflict, because people openly express their opinions. However, this is determined by cultural specificity, where open discussions are seen as a means of reaching the best solution.

Empathy plays a key role in conflict resolution, especially in cross-cultural environments where cultural differences can lead to misunderstandings. Active listening allows you to gain a deeper understanding of the other side's views and see the conflict from different cultural perspectives. For example: When working with an international partner from a country where a lot of attention is paid to hierarchy and formality, it is important to take into account not only the words spoken, but also the tone of voice, facial expressions and gestures. Active perception of these signals makes it easier to feel the emotional background and positions of the interlocutor.

Intercultural communication skills include an understanding of linguistic features, nuances of nonverbal communication, and awareness of cultural stereotypes. Mastery of these skills becomes critical for successful resolution of intercultural conflicts. For example: When negotiating with representatives of Asian culture, it is important to be attentive to language forms and gestures that may indicate a level of respect and relationship. For example, in many Asian cultures, using formal language and expressing respect can be an important element of effective communication.

Conclusion: Cross-Cultural Conflict Resolution is an important component of a global society where diversity is wealth. Solving conflicts in an intercultural context requires not only an understanding of specific problems, but also a deep analysis cultural differences and skills of effective intercultural communication. By looking at

conflicts as an opportunity for mutual enrichment, we can see them as a step towards deepening understanding and mutual respect between different cultures.

It is important to recognize that cultural conflicts can be constructive. However, in order to achieve this constructive stage, it is necessary to use effective conflict resolution strategies, in particular, based on mutual understanding and the desire to cooperate. Integrating an understanding of cultural contexts, active listening, and the development of intercultural communication skills opens the door to creating a conducive environment for the development of interaction. We can enrich our common understanding and open new opportunities for cooperation and development.

References:

1. URL:<https://www.pon.harvard.edu/daily/conflict-resolution/a-cross-cultural-negotiation-example-how-to-overcome-cultural-barriers/>
2. URL:<https://enterpriseleague.com/blog/importance-of-cross-cultural-communication/>
3. URL:<https://takeitpersonally.com/2018/01/02/5-ways-to-overcome-cultural-barriers-in-the-workplace/>

Andriana Kosheliuk
West Ukrainian National University
Ternopil

CROSS-CULTURAL COMMUNICATION IN THE WORKPLACE

Globalization has greatly expanded the opportunities for people from different cultures to work together. This makes intercultural communication an important skill for successful work in any field.

Intercultural communication is the process of exchanging information and ideas between people from different cultural backgrounds. This can include people from different countries, ethnic groups, religions, or even different regions of the same country.

Effective intercultural communication can: Improve cooperation and teamwork. When people from different cultural backgrounds understand each other, they can work better together to achieve common goals

Reduce the risk of conflict, misunderstandings and stereotypes can lead to conflict. Intercultural communication can help people from different cultural backgrounds to understand each other better, which can help avoid conflicts.

Different cultures have different perspectives and approaches to problem-solving. Intercultural communication can help people from different cultural backgrounds exchange ideas, which can lead to innovation.

The ability to work with people from different cultural backgrounds is becoming increasingly important for a successful career.

People from different cultural backgrounds may speak different languages, which can make communication difficult.

Differences in cultural values: Different cultures have different values, beliefs and norms. This can lead to misunderstandings and conflicts.

Non-verbal communication may differ across cultures. This can lead to misinterpretation of messages and intentions.

Ethnocentrism is the belief that one's own culture is superior to others. This can lead to prejudice and discrimination.

There are many resources available to help you learn about different cultures and how to communicate effectively with people from different backgrounds.

Learning the language and culture of others: Learning about other people's language and culture can help you better understand their point of view.

Active listening is a process that involves not only hearing what the other person is saying, but also understanding what they mean.

It is important to respect other cultures, even if they are different from your own. Intercultural communication is a constant learning process. It is important to be open to new ideas and patient with people from different cultural backgrounds.

Intercultural communication is a dynamic process that requires constant learning and development. Effective intercultural communication can help people from different cultures work together, achieve common goals and build successful careers.

References:

1. "Communicating Across Cultures at Work" Maureen Guirdham, Oliver Guirdham.
2. "International Communications Strategy: Developments in Cross-Cultural Communications, PR and Social Media" Sylvia Cambier, Yang-Mai Ooi.
3. "Cultures of Silence: The Power of Untold Narratives".

Yaroslav Statkevych
West Ukrainian National University
Ternopil

MIGRATION AND CULTURAL CHANGE

The aim of the study: The aim of the study is to examine the impact of migration on cultural changes.

The main problem: The increase in migration in recent years has become a significant factor leading to cultural changes.

Presentation of the material: Migration of people from one place to another is a phenomenon that has existed since ancient times. It can be triggered by various reasons such as war, political persecution, economic hardships, natural disasters, or simply the desire for a better life. Migration has a significant impact on the culture of both the country people leave and the country they arrive in.

The impact of migration on culture can be both direct and indirect. Direct impact manifests in changes in the linguistic environment, emergence of new traditions and customs, as well as in alterations in the ethnic composition of the population. Indirect

impact of migration on culture can be more complex and mediated. It can be observed in changes in values, behavioral norms, political, and religious beliefs.

It is important to note that the impact of migration on culture is not always straightforward. It can be both positive and negative.

On one hand, migration can: foster cultural diversity, stimulate economic growth.

On the other hand, migration can: lead to conflicts, result in the erosion of traditional cultures.

To maximize the positive outcomes of migration and minimize the negative ones, it is crucial to: develop policies aimed at integrating migrants into the host society; promote cultural exchange and mutual understanding; combat discrimination and xenophobia.

It's also important to acknowledge that the impact of migration on culture depends on many factors: the number of migrants; the nature of migration; the culture of the host country.

Additionally, it is essential to consider different types of migration and their impact on culture. Labor migration: can enrich the culture of the host country with new customs and traditions, but it can also lead to discrimination against migrants. Refugees and asylum seekers: can stimulate cultural exchange, but they can also lead to conflicts with the local population. Internal migration: can enrich culture with new customs and traditions, but it can also lead to the decline of rural areas.

Conclusion: Migration is a complex phenomenon that can have both positive and negative consequences for culture. To maximize the positive outcomes and minimize the negative ones, it is important to develop integration policies, promote cultural exchange, and combat discrimination.

References:

1. URL: <https://ukraine.iom.int/>
2. URL: <https://www.unhcr.org>
3. URL: <https://www.pewresearch.org/>

Maksym Zhubil
West Ukrainian National University
Ternopil

ETIQUETTE, CUSTOMS, IDENTITIES AND WAYS OF CROSS CULTURAL COMMUNICATION

The world we inhabit is a vibrant tapestry of diverse cultures, each with its unique customs, traditions, and ways of being. Navigating this intricate landscape effectively requires a keen understanding of etiquette, the unspoken rules of social interaction, and the multifaceted concept of identity, the unique constellation of characteristics that defines each individual. In today's increasingly interconnected

world, where interactions across cultures are commonplace, fostering effective cross-cultural communication is no longer a luxury, but a necessity.

This work aims to explore the interconnectedness of etiquette, customs, identity, and cross-cultural communication in fostering a more inclusive and connected world. By understanding these elements, individuals can develop the necessary skills and awareness to:

- navigate the complexities of a diverse world with respect and understanding;
- bridge cultural divides through effective communication and appreciation for differences;
- build meaningful relationships across cultures and social groups;
- embrace the richness of diverse identities and contribute to a more vibrant and harmonious global community.

This project dives into the fascinating world of different cultures. We will learn about etiquette, the polite behaviors expected in various groups, and how they can differ between countries. We will also explore customs, the traditions and practices that make each culture unique.

Our journey will focus on understanding the concept of identity, how we see ourselves and how others perceive us. By examining different identities, we will appreciate the richness and diversity that different cultures bring to our world.

Etiquette refers to the set of expected behaviors within a specific society or group. Etiquette plays a crucial role in creating a harmonious social environment. Etiquette is not a uniform code, but rather exhibits remarkable diversity across cultures, nations, and even social groups. What is considered polite behavior in one culture may be considered disrespectful in another. [2]

Common examples of cultural differences in etiquette include:

- different cultures have varying customs surrounding mealtimes, such as table manners, utensil usage, and proper conversation topics during meals;
- greetings vary greatly across cultures, ranging from handshakes and bows to cheek kisses and even nose-touching greetings in some parts of the world. It's essential to be mindful of the appropriate way to greet someone based on their cultural background;
- business etiquette also varies across cultures, encompassing aspects like dress code, punctuality, gift-giving practices, and appropriate communication styles in professional settings.

Customs are the established traditions and practices that are deeply ingrained within a specific culture. These traditions are often passed down through generations and contribute significantly to a community's identity. [1]

Customs serve several crucial functions within a culture:

- shared customs foster a sense of belonging and connection among individuals within a community, strengthening social bonds and promoting collective identity.
- customs act as a repository of traditions, preserving and transmitting cultural knowledge, values, and beliefs to future generations.
- cultural customs play a significant role in shaping an individual's self-perception and sense of belonging. Participating in these customs allows

individuals to connect with their heritage and feel a sense of continuity with their community.

Identity refers to the unique constellation of characteristics that defines an individual. It encompasses various aspects, including:

- personality traits, interests, skills, and abilities.
- these aspects pertain to an individual's nationality, ethnicity, religion, gender, sexual orientation, and socio-economic status.
- individual's core beliefs and values contribute significantly to their identity, shaping their worldview and informing their decisions.

Identity is not static but rather a dynamic concept that evolves throughout one's life.

Understanding the concept of identity is crucial. It grants individuals self-awareness, fostering personal growth and well-being.

In conclusion, navigating the complexities of a diverse world requires an appreciation for etiquette, customs, and the multifaceted concept of identity. By understanding these elements, we can overcome cultural barriers and foster effective cross-cultural communication. As we embrace the richness of diverse cultures and identities, we create a more vibrant and harmonious global community where everyone can thrive.

References:

1. "Intercultural Communication: A Guide" by S. V. Bondar, N. V. Zahorodniuk, and L. V. Karpii
2. "Intercultural Communication: Theory and Practice" by V. V. Vorobyov and T. M. Dmitrieva;
3. "10 Tips for Successful Intercultural Communication" URL: https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u166/osnovni_kategoriya_mk.pdf
4. "Business Communication Etiquette" by L. M. Shevchenko.

Ilona Yadlos
West Ukrainian National University
Ternopil

MIGRATION AND CULTURAL CHANGE

Objective: The main purpose of the study is to determine what cultural changes may occur during migration.

Migration is the movement of people from one place to another. It can be caused by various reasons, such as war, political persecution, economic difficulties or the simple desire for a better life.

Reasons for migration:

- **Politics:** People migrate to escape political persecution, war, and dictatorship.
- **Society:** People migrate to reunite with family and friends and avoid discrimination.

- **Economy:** People immigrate in search of better living conditions, jobs and better wages.
- **Environment:** Humans migrate to escape natural disasters, climate change, and environmental disasters.

Migration can have a significant impact on the culture of both the country of origin and the country of destination. On the one hand, immigrants can bring with them new ideas, customs, and traditions that enrich the culture of the destination country. On the other hand, immigration can also lead to cultural conflicts if immigrants and locals are unable to find common ground. Here are some of the cultural changes that can arise as a result of migration:

Changes in customs and traditions: Immigrants may have different customs and traditions than locals, which can lead to cultural diversity. This can lead to changes in traditional celebrations, the emergence of new forms of art and music, and changes in daily life. It is important to understand and respect the customs and traditions of immigrants and to promote cultural exchange.

Changes in social structure: Migration can lead to changes in the social structure of destination countries, such as increased ethnic diversity. This can lead to the emergence of new social groups, changes in social hierarchies, and the emergence of new forms of social interaction. It is important to ensure equal opportunities for all members of society, regardless of their ethnic background.

Language change: Immigrants may bring new languages with them, which can affect the linguistic landscape of the destination country. This can lead to the emergence of new dialects, changes in the language environment, and the emergence of new language groups.

Language change: Migrants may bring new languages with them, which can affect the linguistic landscape of the destination country. This can lead to the emergence of new dialects, changes in the language environment, and the emergence of new language groups.

Changes in art and music: Migrants can bring with them new forms of art and music that enrich the cultural life of destination countries. This can lead to changes in traditional art forms, as well as the emergence of new styles of art, music, and dance.

Conclusion: In summary, Migration is a complex phenomenon that can have both positive and negative consequences for cultural change.

References:

1. Migration. URL: <https://www.coe.int/uk/web/compass/migration>
2. The impact of migration on changing approaches to the institutionalization of the state youth policy in Ukraine. URL: http://www.pdu-journal.kpu.zp.ua/archive/4_2022/30.pdf.
3. "Socio-Economic and Ethno-Cultural Consequences of Migration for Ukraine". Policy Brief. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/socialna-politika/socialno-ekonomichni-ta-etnokulturni-naslidki-migracii-dlya-ukraini>

CROSS-CULTURAL COMMUNICATION AND CULTURAL UNDERSTANDING

Introduction: In today's globalized world, cross-cultural communication has become an essential aspect of both personal and professional interactions. As businesses expand their operations across borders and countries become increasingly interconnected, the ability to communicate effectively with people from diverse cultural backgrounds is crucial for fostering understanding, building trust, and achieving success. Cross-cultural communication involves the exchange of information between individuals from different cultural backgrounds. It is important to recognize that cultural differences exist not only across nations but also within countries and regions. These differences can manifest in various ways, including communication styles, non-verbal cues, and social norms. To effectively communicate across cultures, it is necessary to develop an understanding of one's own cultural biases and cultivate an open-mindedness towards different ways of thinking and behaving.

Cultural differences can be observed in various aspects of communication, including language, nonverbal cues, and social norms. Language barriers can pose significant challenges in cross-cultural communication, as words and phrases may have different meanings or connotations across cultures. Additionally, nonverbal cues, such as gestures, facial expressions, and body language, can be interpreted differently in different cultural contexts. Social norms also play a crucial role in cross-cultural communication. For instance, in some cultures, direct eye contact is considered respectful, while in others, it may be seen as confrontational or rude. Similarly, concepts of personal space, time management, and hierarchy can vary greatly across cultures, influencing communication styles and expectations.

To overcome these challenges, it is essential to develop self-awareness and recognize one's own cultural biases and assumptions. Without this understanding, individuals may inadvertently offend or misunderstand others, leading to miscommunication and strained relationships. By acknowledging and reflecting on their own cultural lens, individuals can become more open-minded and receptive to different perspectives and ways of thinking. Moreover, cultivating cultural intelligence and actively seeking to learn about other cultures can greatly enhance cross-cultural communication. This involves researching and understanding the values, beliefs, and practices of different cultural groups, as well as being observant and respectful of cultural norms during interactions.

By developing an understanding of cultural differences and embracing diversity, individuals can improve their ability to communicate effectively across cultures, fostering mutual respect, trust, and cooperation in both personal and professional contexts. Effective cross-cultural communication offers numerous benefits in both personal and professional spheres. In the workplace, it fosters trust and collaboration among colleagues, leading to increased productivity and profitability. By

understanding and respecting cultural differences, employees and customers feel valued, which can improve employee retention and customer loyalty. Additionally, cross-cultural communication promotes creativity and problem-solving by bringing together diverse perspectives and ideas.

To improve cross-cultural communication, individuals and organizations can adopt several strategies. These include developing cultural awareness through education and training, practicing active listening and empathy, and remaining adaptable and open-minded to different cultural contexts. Embracing humility and acknowledging potential biases or misunderstandings can also facilitate more effective cross-cultural interactions. Furthermore, organizations can foster an inclusive environment by promoting diversity and encouraging open dialogue among employees from diverse backgrounds. While cross-cultural communication presents challenges, such as language barriers, differing interpretations of non-verbal cues, and potential misunderstandings, it also offers significant opportunities for personal and professional growth. By engaging in cross-cultural interactions, individuals can broaden their perspectives, challenge their assumptions, and gain a deeper appreciation for cultural diversity. Organizations that successfully navigate and leverage cultural differences can gain a competitive advantage in the global marketplace by better understanding and catering to local needs and preferences.

Conclusion: In conclusion, cross-cultural communication is an essential aspect of modern life, and its importance cannot be overstated. By fostering cultural understanding, building trust, and promoting creativity and collaboration, effective cross-cultural communication can lead to personal growth, increased productivity, and success in both personal and professional endeavors. Embracing cultural diversity and developing cross-cultural communication skills are vital for navigating the complexities of a globalized world and unlocking the full potential of human connections.

References:

1. URL:<https://www.masterclass.com/articles/cross-cultural-communication>
2. URL:<https://enterpriseleague.com/blog/importance-of-cross-cultural-communication/>
3. URL:<https://www.communicationtheory.org/cross-cultural-communication/>

Veronika Skomorokhova
West Ukrainian National University
Ternopil

INFLUENCES OF RELIGIONS, FAITHS, BELIEFS AND VALUES ON CROSS CULTURAL COMMUNICATION

In our increasingly interconnected world, effective cross-cultural communication is essential for fostering understanding and collaboration among diverse communities. One of the profound influencers on communication dynamics is

the rich tapestry of religions, faiths, beliefs, and values that shape individuals' perspectives and interactions. As we navigate a global landscape where people from different cultural backgrounds come together in various contexts, it becomes imperative to explore the intricate ways in which religious influences impact cross-cultural communication.

The influence of religion on intercultural communication is reflected in various aspects, including marketing, business and global relations. One of the examples can be the situation related to the international influence of religious beliefs on the product strategy of the Coca-Cola company.

When launching a new product, Coca-Cola decided to use a festive packaging design, which contained images of festive rituals of various religions. However, there was a problem when many countries in the Middle East and South Asia saw outrage instead of positive reception. For example, in Islamic countries, some images may be perceived as disproportionate or disrespectful. In Saudi Arabia, where Islam is the dominant religion, an image that refers to the Prophet Muhammad or holy holidays can cause negative reactions. This can cause not only indignation of consumers, but also lead to a large boycott of products.

In this case, Coca-Cola, faced with questions of religious sensitivity, decided to take steps to adjust its strategy. They worked with religious leaders, consulted with local experts and made changes to the packaging design to avoid any offensive or unconscious aspects. This example highlights the importance for companies to deeply understand religious contexts and work with local cultural characteristics when planning and implementing their international marketing strategies.

Besides, people's beliefs can influence their business practices and negotiation style. For example, people from some cultures may place more importance on personal relationships, while others may be more task-focused. Knowing and respecting the beliefs of your partners will help you find a common language and reach mutually beneficial agreements. I am convinced that different cultures may have different ideas about what is acceptable and unacceptable in a business environment. For example, in some cultures it is customary to give gifts, while in others it may be considered a bribe. Knowing and understanding these differences will help avoid embarrassing situations and preserve your business reputation. Moreover, the values underlying the business culture can differ significantly. For example, some cultures value collectivism, while others are individualism. Understanding your partners' values will help better understand their motivations and expectations.

Conclusion: Intercultural communication is not just the exchange of information, but also the art of establishing cooperation. This is a journey that requires openness, respect and a sincere desire to learn about another world, enriching one's own.

References :

1. URL : <https://www.hofstede-insights.com/>
2. URL: <https://research-methodology.net/trompenaars-and-hampden-turner-cultural-dimensions/>
3. URL : <https://ukrayinska.libretexts.org/>

BUSINESS ETIQUETTE AND CROSS CULTURAL COMMUNICATION

In today's globalized world, business communication often transcends one culture. Understanding and following the rules of business etiquette in different cultures becomes a key factor in successful business. The problem of intercultural communication is especially acute when people with significant differences in views of the world, customs, morals, business etiquette, attitudes towards women, etc., meet. Such situations arise between representatives of, for example, European, American and Arab cultures. A prerequisite for successful business communication between representatives of different cultural regions is the attitude towards another culture as equal, intercultural competence, knowledge of national customs and traditions, specifics of national business and marketing strategies. There are also several aspects that need to be taken into account when working with different types of people.

Basic principles of business etiquette:

- Punctuality: Come to the meeting on time
- Being late is considered impolite
- Courtesy: Treat your partner with courtesy and respect
- Attire: Please dress neatly and professionally
- Body language: Pay attention to body language and gestures
- Gifts: Giving gifts is not always appropriate. Please read the rules that apply to this crop in advance

Differences between cultures:

- Greetings: In some cultures, it is customary to hug or kiss people when meeting them
- Business Hierarchy: Some cultures have clear hierarchies and it is important to know your place within them
- Language: Let's consider the peculiarities of language and non-verbal communication in different cultures
- Humor: Humor is perceived differently in different cultures
- Business Negotiations: In some cultures it is customary to negotiate and in others it is not
- Doing business: In some cultures it is customary to establish a personal relationship before starting business negotiations, while in others it is not

Tips for successful cross-cultural communication:

- Be open and patient
- Learn the basics of your partner's culture
- Please respect the customs and traditions of other culture
- Avoid stereotypes and prejudices
- Communicate clearly and succinctly
- Ask to avoid misunderstandings

- Be open
- Be ready to compromise
- If necessary, use the services of an interpreter

Conclusion: Therefore, the prerequisites for successful business communication between representatives of different cultural territories are equal treatment of other cultures, intercultural competence, knowledge of national customs and traditions, peculiarities of the country's business culture. Adhering to the rules of business etiquette and understanding intercultural differences will help to establish effective communication with partners from other countries, which will ultimately lead to success in business.

References:

1. URL:https://pidru4niki.com/18421120/kulturologiya/kultura_dilovogo_spilku_uvannya_mizhnarodnomu_aspekti#google_vignette
2. URL:https://stud.com.ua/64379/menedzhment/diloviy_etiket_yogo_znachenya_diloviy_komunikatsiyi_vidi_formi_etiketu
3. URL : <https://ukrayinska.libretexts.org>

Volodymyr Kushnir
West Ukrainian National University
Ternopil

THE IMPORTANCE OF ETHICAL AWARENESS IN INTERNATIONAL COMMUNICATIONS

International communication is not just an exchange of information, but also a complex process of interaction between people with different cultural customs, values and expectations. The success of this process largely depends on ethical awareness - understanding and adhering to the principles of ethical behavior based on respect for the individual, cultural diversity and universal values. Ethical awareness in intercultural communications includes several important aspects. First of all, it requires respect for cultural diversity, which implies acceptance and understanding of different values, customs and norms of behavior between representatives of different cultures. It is important to avoid ethnocentrism, as this can lead to unfair comparisons of cultures.

The second aspect is honesty and truthfulness. In the context of intercultural communications, it is important to be honest and truthful in order to avoid misunderstandings and maintain the trust of the interlocutors. The third aspect involves openness and sincerity, which contribute to building trust and understanding between people from different cultures. It is important to be open to new ideas and cultural differences, as well as sincerely interested in the views and feelings of others.

An additional aspect is attention to non-verbal communication. Body language, facial expressions and intonation can have different meanings in different cultures, so it is important to be attentive to these signals to avoid misunderstandings. H&M and

their scandal in China are examples. In 2020, the Swedish clothing brand H&M was at the center of a scandal involving the use of cotton from the Uygur Autonomous Region of Xinjiang (China). There were reports that the company collaborated with factories that used forced labor of Uyghurs. H&M faces an ethical dilemma: continue to cooperate with factories in Xinjiang, risking damage to its reputation and ethical principles, or stop cooperating, risking losing access to cheap cotton and the Chinese market. The consequences were serious: H&M decided to stop cooperating with factories in Xinjiang, which led to a boycott by Chinese consumers and the company's loss of a significant part of the Chinese market.

Conclusion: Ethical awareness is not just a set of rules, but also a conscious choice that every person involved in intercultural communications makes. This choice is based on respect for the individual, cultural diversity and universal values. Ethical awareness is the key to successful and constructive communication in a globalized world.

References:

1. URL: <https://nv.ua/ukr/world/geopolitics/kitay-ogolosiv-boykot-h-m-nike-ta-adidas-za-vidmovu-kupuvati-bavovnu-zibranu-uygurami-50150934.html>
2. URL: <https://www.investopedia.com/terms/c/cross-culture.asp>.
3. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/03921921221080805>.

Tetiana Buchynska
West Ukrainian National University
Ternopil

CROSS-CULTURAL COMMUNICATIONS AS A MEANS OF INTERACTION IN THE GLOBAL BUSINESS ENVIRONMENT

Effective cross-cultural communications in the global business environment is critical to the success of multinational companies and organizations operating in diverse markets. This requires an understanding of cultural differences in communication styles and relationships, norms, values and etiquette. What may be considered appropriate or effective communication in one culture may not be considered the same in another. Awareness of cultural nuances helps to avoid misunderstandings and misinterpretations. Cross-cultural communications foster trust and strengthen relationships with stakeholders, including customers, partners and employees from different cultural backgrounds. When people feel understood and respected, they are more likely to cooperate and enter into fruitful business relationships.

Effective cross-cultural communications promote cooperation and teamwork among employees from different backgrounds. Clear communication channels, open dialogue and mutual respect contribute to a more cohesive and productive team despite cultural differences. Quite often, language differences can be a significant obstacle to effective communication in the cross-cultural environment. In the process of

communication, the flexibility of communication styles is important when interacting with people from different cultural backgrounds. Being able to adapt your communication approach to the other party's preferences and norms demonstrates cultural sensitivity and promotes effective dialogue. Cultural differences can lead to misinterpretation and miscommunication, which can have significant consequences for business results. Clarifying messages, seeking feedback, and practicing active listening are strategies for minimizing misunderstandings and ensuring clear communication.

Conflict is inevitable in any business environment, but cultural differences can exacerbate tensions if not properly resolved. Effective cross-cultural communication skills enable people to respectfully resolve conflicts, consider diverse perspectives, and reach mutually beneficial solutions. Facilitating intercultural communication contributes to the development of a culture of diversity and inclusion in organizations. By valuing and respecting different cultural relationships, businesses can create an environment where everyone feels valued, which fosters innovation, creativity and employee satisfaction. Thus, cross-cultural communications in the global business environment are essential for building trust, fostering collaboration, overcoming language barriers, and promoting diversity and inclusion. By understanding and respecting cultural differences, companies can navigate the complexities of global markets and achieve their goals more successfully. Effective cross-cultural communications in different workplaces promote a sense of inclusion, belonging and engagement among workers from different backgrounds, foster positive relationships, stimulate innovation and growth, and mitigate risks.

References:

1. Helen Deresky (2016) *International Management: Managing Across Borders and Cultures, Text and Cases 9th Edition*, Pearson. 504p.
2. Hofstede, G., Hofstede, G. J., & Minkov, M. (2010). *Cultures*
3. and organizations: *Software of the mind* (3rd ed.). New York: McGraw-Hill.
4. Fred Luthans, Jonathan P. Doh (2018) *International Management. Culture, Strategy and behaviour*. McGraw Hill Education. 692p.
5. Nancy Bonvillian (2019). *Language, culture and communication*. Rowman and Littlefield Publishing Group, Inc. 496p.
6. Owen Hargie, David Dickson and Dennis Tourish (2017). *Communication in Management*. Gower publishing limited. 345p.

Anna Salahub
West Ukrainian National University
Ternopil

GLOBALIZATION AND CROSS CULTURAL COMMUNICATION

Introduction: The article briefly introduces the topic of globalization and cross-cultural communication and states the purpose of the paper and outline the main points you will cover.

Globalization: Globalization is defined and its significance in today's world. It also discusses how globalization has influenced communication patterns, values, and cultural norms and provides examples of how globalization has impacted businesses, societies, and individuals.

Cross-Cultural Communication: Cross-cultural communication and its importance in a globalized world is well defined. There are challenges and barriers to effective cross-cultural communication and strategies for improving cross-cultural communication skills.

Impact on Business: Globalization has affected business practices, including marketing, management, and operations. Cross-cultural communication plays a crucial role in international business success. There are examples of companies that have succeeded or failed due to their approach to cross-cultural communication.

Cultural Awareness and Sensitivity: The importance of cultural awareness and sensitivity in cross-cultural communication is vivid. Individuals and organizations can develop cultural competence. There are examples of cultural misunderstandings and their implications.

Conclusion: The importance of globalization and cross-cultural communication in today's interconnected world is of great importance. The future research or actions to further enhance cross-cultural understanding and communication.

References:

1. The Silent Language by Edward T. Hall.
2. Beyond Culture by Edward T. Hall.
3. Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations by Geert Hofstede.
4. Globalization and Its Discontents by Joseph E. Stiglitz.
5. The Lexus and the Olive Tree by Thomas L. Friedman.



Все буде
Україна! ❤️