

3. Стратегія управління активами та пасивами банку – це стратегія, яка визначає структуру активів та пасивів банку, а також напрями їх управління. Вона повинна враховувати фінансовий стан банку та його інвестиційні цілі.

4. Стратегія управління ризиками банку – це стратегія, яка визначає принципи та методи управління ризиками в банку. Вона повинна бути спрямована на забезпечення безпеки банку та його клієнтів.

Сучасні тенденції цифровізації банківської сфери вимагають переосмислення підходів до стратегічного управління банком. Ключовими концептуальними засадами є орієнтація на клієнта, гнучкість, інноваційність, партнерство з фінтехом, розвиток людського капіталу, культура інновацій та максимальна автоматизація процесів. Реалізація цих принципів вимагає комплексних змін в стратегії, бізнес-процесах, організаційній структурі, корпоративній культурі банку. Гнучке реагування на технологічні виклики дозволить банкам підвищити конкурентоспроможність та зміцнити позиції на ринку в умовах цифрової трансформації.

Інформаційні джерела:

1. Коваленко В.В. Цифрова трансформація банківської системи України: світові тренди і вітчизняні реалії. Фінтех. 2020. No 4. С.6-11.
2. Mesenbourg T.L. Measuring the Digital Economy. U.S. Bureau of the Census. URL: <http://www.census.gov/content/dam/Census/library/workingpapers/2001/econ/digitalecon.pdf>
3. Положення про міністерство цифрової трансформації України URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/856-2019-%D0%BF>

РОЛЬ СТАРТАПІВ У ПІСЛЯВОЄННІЙ ВІДБУДОВІ УКРАЇНИ

Морозова Г.С., канд. екон. наук, доц.

Логойда І.І., здоб. вищої освіти

Державний біотехнологічний університет

Стартапи стали творцями нової бізнес-моделі, та викликають інтерес як науки, так і бізнесу. Їх розвиток приносить численні переваги. Проте, постає питання: як саме стартапи можуть допомогти в післявоєнній відбудові України?

Дослідженням щодо стартапів було присвячено праці таких фахівців: Г. Берnard, С. Бланк, Г. Вайнберг, Н. Вассерман, Е. Гіл, Б. Горовіц, П. Грем, Д. Довгополий, Д. Марес, І. Піньє, Е. Райз, А. Сміт, П. Тіль.

Ерік Райз зазначає, що «продукт стартапу – це інновації» [1, с. 45]. Разом з цим, не дивлячись на те, що стартапи можуть створювати найрізноманітніші типи інновацій, важливо розуміти їх суть. Погоджуємось з позицією McKinsey&Company: «Хоча багато хто вважає, що інновації пов'язані виключно з творчістю та генеруванням ідей, за своєю суттю інновації – це питання розподілу ресурсів» [2]. Очевидно, що в післявоєнний період, в першу чергу буде відчуватися нестача трудових ресурсів, кваліфікованих кадрів.

За таких умов, стартапи можуть допомогти ефективно розподілити наявні трудові ресурси. Наприклад, legaltech стартапи дозволять вивільнити час юристів від рутинної роботи, і сфокусувати на більш складних і важливих справах. Відомий стартап українського походження AXDRAFT скорочує час, витрачений на розробку юридичних документів, до 90% і скорочує цикл їх затвердження до 4 днів [3]. Agritech стартапи можуть зменшити кількість працівників, задіяних в виробництві. Аналогічних прикладів безліч, не існує індустрії, в якій би не створювали стартапи.

Враховуючи специфіку створення стартапів, вони не обов'язково повинні розташовуватися в мегаполісах. Таким чином, можуть допомогти в реалізації політики територіального вирівнювання. Цікавим прикладом є Індія, стартап екосистема якої є другою найбільшою в світі. Станом на 2022 рік, вона нараховує понад 6000 стартапів, і прем'єр-міністр Нарендра Моді вважає, що 44% з них розташовані в містах другого та третього рівня [4].

В одному з найбільших акселераторів світу Techstars, пропонують інший погляд на менші міста, а саме звертають увагу на їх переваги для стартаперів: менші міста дозволяють інноваторам швидко розвиватися та проникати в соціальні та бізнес-мережі; в малих містах є економія часу на подолання відстаней, у порівнянні з великими містами; вартість проживання у малих містах нижча ніж у великих, ви можете зробити більше з меншими витратами; менші міста дозволяють інноваторам бути помітними; у менших містах легше зосередитися [5].

Післявоєнна відбудова повинна також враховувати можливе повторення російської агресії. В зв'язку з чим, ризиковано допускати залежність від традиційних галузей бізнесу. За таких умов стартап-бізнес може стати рішенням проблеми. Проте, важливо не протиставляти традиційний бізнес із стартапами. Якщо проаналізувати одні з найпоширеніших понять стартапу, а саме: «стартап – це новостворена установа, яка займається розробкою товарів або послуг в умовах високої невизначеності» [1, с. 44], або «стартап – це організація, створена для пошуку повторюваної та масштабованої бізнес-моделі» [6], то такі ознаки, як висока невизначеність, пошук бізнес-моделі, в наших умовах, будуть актуальними і для традиційного бізнесу. Відповідно, підходи до побудови стартапів стають корисними для традиційного бізнесу.

Варто зазначити, що українські стартапи вже мають багато цінного та унікального досвіду. Зокрема, в цьогорічному звіті «Startups And Business Ecosystem: Common Steps Towards The Reinventing Ukraine» вказано, що українські стартапи відрізняються від європейських: більшість з них експериментують, швидко і легко змінюються; мають глобальну перспективу, розглядають свій продукт як міжнародний і масштабований; інтенсивністю та спритністю, починають думати як допомогти відновити та відбудувати Україну; проактивністю та ініціативністю засновників, вони не чекають коли ситуація зміниться; заходять в трендові галузі та вертикалі – кібербезпека, штучний інтелект, роботизовані програми фінансові помічники, оборонні технології, цифрова освіта, технологій доповненої та віртуальної реальності, agritech; прискорено інтернаціоналізуються та здійснюють форсовану

експансію, багато українських стартапів вже навчилися працювати на зовнішніх ринках; керуються реалізмом, а не фантазіями [7, с. 15].

Таким чином, стартапи можуть забезпечити ефективний розподіл трудових ресурсів, сприяти розвитку регіонів, а також зменшити ризики, пов'язані з традиційним бізнесом. Причому, вищенаведене є лише окремими елементами системного та багаторівневого впливу. Все це робить стартапи невід'ємною складовою післявоєнної економічної стратегії.

Інформаційні джерела:

1. Стартап без помилок / Ерік Райз ; пер з англ. О. Ядини. Х. : Віват, 2018. 368 с.
2. What is innovation? URL: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-innovation>
3. AXDRAFT: Draft error-free legal documents 10x faster. URL: <https://techukraine.org/portfolio/axdraft-draft-error-free-legal-documents-10x-faster/>
4. Impact of startups in indian gdp in 2022. Sneha CJ, Vignesh B, Dr. J. Krithika. – EPRA International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR), Vol: 9, Issue: 1, Month: January, Year: 2023. 133 p. URL: <https://eprajournals.com/IJMR/article/9972/abstract>
5. Why Smaller Cities Can Be the Perfect Place for A Growing Company. Michelle Cote. URL: <https://www.techstars.com/blog/advice/why-smaller-cities-can-be-the-perfect-place-for-a-growing-company>
6. What's A Startup? First Principles. Steve Blank. URL: <https://steveblank.com/2010/01/25/whats-a-startup-first-principles/#:~:text=>
7. Startups and business ecosystem: common steps towards the reinventing ukraine. report 2023. 53p. URL: <https://www.startupbridge.eu/wp-content/uploads/2023/11/pdf>.

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ СТРАХОВОЇ КУЛЬТУРИ СУСПІЛЬСТВА

Нагаєва Г.О., канд. екон. наук, доц.

Олійник В.І., здоб. вищої освіти

Державний біотехнологічний університет

Однією з перешкод розвитку страхування в Україні є низький рівень страхової культури – це відсутність у суспільстві прикладних знань і навичок, необхідних для користування страховими послугами, з одного боку, і неготовність працівників сфери страхування, з якою стикаються потенційні клієнти під час спроби придбати страховий продукт, - з іншого.

Варто зазначити, що страхова культура суспільства умовно поділяється на страхову культуру населення та страхову культуру юридичних осіб, адже послугами страховиків користуються не лише фізичні особи, а й підприємства, організації, установи [1].

Неможливо вести мову про основи культури страхування, коли відкидається сам факт необхідності страхування. Попит на страхові послуги повинен формуватися не лише на основі платоспроможності, а стати культурним феноменом, який характеризує специфічні уподобання членів суспільства.