

Будівництво відкритих та довірливих відносин між урядом, бізнесом та громадськістю є критичним для досягнення цілей фіскальної політики. Лише через співпрацю та взаємодію ці тримачі можуть забезпечити ефективне впровадження стратегій, спрямованих на досягнення стабільності, рівності, ефективності та соціальної відповідальності.

Завдяки правильному балансу цих цінностей у фіскальній політиці, держава може сприяти економічному зростанню, соціальній справедливості та загальному благополуччю своїх громадян. Таким чином, розумна фіскальна політика, побудована на основі цих цінностей, є ключем до сталого та гармонійного розвитку суспільства.

### **ЛІТЕРАТУРА**

1. OECD. Social security contributions. URL: <https://data.oecd.org/tax/social-securitycontributions.htm#indicatorchart>.
2. Вікторія Рарицька. Ключові податко-правові цінності фіскальної держави. 2019. С. 119.
3. OECD. Tax revenue. URL: <https://data.oecd.org/tax/tax-revenue.htm>
4. Бутенко Т. В., Бутенко В. В. Переваги та недоліки використання різних форм оподаткування в Україні. Економіка: реалії часу. 2017. № 4 (32). С. 28-36.
5. Гончаренко Н., Доля Р., Сурін Д. Фіскальний інструментарій як ключовий елемент системи регулювання економічного розвитку держави на макрорівні. Вісник харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. 2016. Вип. 5. С. 90-93.
6. Дроздовська О. С., Озерчук О. В. Співвідношення прямих та непрямих податків у податковій системі України. Інвестиції: практика та досвід. 2017. № 10. С. 44-50.
7. Крисоватий А.І., Луцик А.І. Податки і фіскальна політика: навчальний посібник. Тернопіль: «Підручники і посібники», 2003. 312 с.

**Любов ЛИТВИН**

*Кандидат економічних наук, доцент,  
Тернопільський національний педагогічний університет  
імені Володимира Гнатюка,  
Тернопіль, Україна  
llm230766@tntu.edu.ua*

### **ВАЖЛИВІСТЬ ЦІННОСТЕЙ У ФОРМУВАННІ СТАРТАП-ПРОЄКТІВ**

Стартапи є пріоритетною формою розвитку інноваційної діяльності для малого бізнесу, підтримки інноваційних ідей серед молоді, що вимагає створення оптимальних інституціональних умов для їх успішного функціонування і зростання. Сьогодні стартапи є каталізатором економічного зростання як на глобальному, так і на локальному рівні.

Створення стартапу є складним та відповідальним процесом, який вимагає чіткої визначеності місії та цінностей компанії. Цінності є фундаментом, на якому ґрунтуються стартап-проекти. Під час кризи, зокрема, пандемії COVID-19, повномасштабної війни, вони набувають ще більшого значення.

Цінності є ключовим фактором у формуванні успішної команди стартап-проекту, адже вони впливають на всі аспекти роботи команди, від її структури до ефективності та результативності. Розуміння та впровадження цінностей у керування командою сприяє досягненню високих результатів та створює міцну основу для формування стартап-проектів та подальшого розвитку компанії. Відданість власній місії та цінностям дозволяє стартапу залучати та утримувати клієнтів, партнерів та інвесторів, що сприяє його стабільному розвитку.

Для того, щоб система цінностей позитивно впливала на результати діяльності компанії стартапу, необхідно, щоб система цінностей працівника співпадала із системою цінностей компанії, а система цінностей компанії була інтегрована у стратегію розвитку і забезпечувала її реалізацію. Тоді працює ефект синергії і компанії вдається найближче підійти до втілення стратегії і досягати поставлених цілей.

Сьогодні вирізняються стартапи, які сповідують чітко сформульовані цінності, також такі стартапи мають більшу віддачу на ринку. Співпраця з компанією, що ділиться цінностями клієнта, сприяє створенню довгострокових та взаємовигідних відносин. Місія та цінності компанії визначають стратегію розвитку та ринкову позицію стартапу. Вони вказують на те, яким чином планується досягнення мети та які цінності будуть пріоритетними в процесі діяльності. Стартапи, які дотримуються своїх цінностей, здатні легше адаптуватися до змін на ринку та зберігати конкурентну перевагу.

Інвестори та партнери виявляють інтерес до стартапу, якщо вони бачать узгодженість між місією, цінностями та стратегією розвитку. Інвестори шукають стартапи, які відповідають їхнім цінностям та мають потенціал для соціальної відповідальності. Компанії, які пропонують продукти або послуги, що відображають їхні цінності, здатні залучати інвестиції та розвиватися швидше.

Основні цінності мають значний вплив на продуктивність у стартапі. Коли співробітники розуміють і приймають основні цінності, вони стають більш залученими, мотивованими та відданими своїй роботі. Основні цінності створюють відчуття причетності та надихають співробітників докладати додаткових зусиль для досягнення спільних цілей. Ця

підвищена відданість та ентузіазм перетворюються на підвищення продуктивності та ефективності.

Наявність чітко визначених основних цінностей приносить кілька ключових переваг для стартапу. По-перше, вони забезпечують чітке уявлення про мету та напрямок, орієнтуючи всіх членів організації на спільну мету. Це спільне відчуття мети сприяє єдності, командній роботі та позитивній робочій атмосфері.

По-друге, основні цінності є керівною основою для прийняття рішень. Коли працівники стикаються з проблемами чи дилемами, вони можуть посилатися на основні цінності, щоб зробити етичний і послідовний вибір. Така послідовність зміцнює репутацію організації та створює довіру серед зацікавлених сторін.

Зважаючи на різноманітність стартапів та їхніх цілей, цінності можуть значно відрізнятись від одного проєкту до іншого. Однак, можна виділити кілька загальних прикладів цінностей, які можуть бути важливими для багатьох стартапів:

1. Інновація. Стартап може вважати інновацію ключовим аспектом своєї діяльності, прагнучи змінити існуючий стан речей або вирішити певну проблему шляхом новаторських рішень.

2. Користувачоорієнтованість. Стартапи можуть ставити на перше місце задоволення потреб своїх клієнтів або кінцевих користувачів, працюючи над створенням продуктів або послуг, які дійсно відповідають їхнім очікуванням та потребам.

3. Соціальна відповідальність. Стартапи можуть прагнути досягти позитивного впливу на суспільство або навколишнє середовище, дотримуючись принципів соціальної відповідальності та створюючи продукти або послуги з врахуванням цих цінностей.

4. Прозорість. Стартапи можуть надавати великий акцент на прозорість у своїй діяльності, будучи відкритими щодо своїх процесів, прийняття рішень та взаємодії зі співробітниками, клієнтами та іншими стейкхолдерами.

5. Екологічна стійкість. Стартапи можуть розвивати продукти або послуги з метою зменшення негативного впливу на довкілля або здійснювати свою діяльність з урахуванням принципів екологічної стійкості.

Ці приклади демонструють, які різноманітні можуть бути цінності стартапів, відображаючи їхні цілі, відповідальність та фокус у діяльності.

Таким чином, цінності грають ключову роль у формуванні та розвитку стартап-проєктів. Вони визначають культуру підприємства, впливають на

стратегічні рішення та визначають його успішність на ринку. Сповідання чітко визначених цінностей сприяє привертанню талановитих співробітників, залученню інвестицій та створенню стабільної конкурентоспроможної позиції на ринку.

**Любов ЛИТВИН**

*Кандидат економічних наук, доцент,  
Тернопільський національний педагогічний університет  
імені Володимира Гнатюка,  
llm230766@tpu.edu.ua*

**Ірина ЗДАНЯК**

*Здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти,  
Тернопільський національний педагогічний університет  
імені Володимира Гнатюка,  
Тернопіль, Україна  
irenasdanyak@gmail.com*

## **ВПЛИВ НАЦІОНАЛЬНИХ ЦІННОСТЕЙ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ В УМОВАХ ВІЙНИ В УКРАЇНІ**

Війна завжди вносить свої корективи в життя суспільства. Воєнні умови диктують свої правила для різних сфер діяльності, які впливають на споживачів товарів та послуг, бренд компанії. Маркетингові комунікації, як одна з головних частин успіху бізнесу чи підприємства мають вчасно реагувати на події та змінюватися відповідно до умов.

В умовах війни в Україні першочергово в маркетингових комунікаціях виходить почуття патріотизму, національної приналежності, чіткої позиції підприємства. Сьогодні підприємство має займати чітку проукраїнську позицію, для того щоб не втратити своїх позицій. У воєнних умовах використання традиційних маркетингових методів буде неефективним та не завжди принесе позитивний результат. Крім того уникати відповідальності та триматися осторонь ситуації в країні призведе до осуду цільової аудиторії та втрати свого авторитету.

Зараз національної цінності посідають вагоме місце в житті українців та мають неабиякий вплив на їхній споживацький вибір. Щоб утримувати конкурентну перевагу, не лише втримати, а й примножити кількість своїх клієнтів потрібно розуміти, як національні цінності впливають на вибір