



ПРОБЛЕМИ БІЗНЕС-ЕКОНОМІКИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

**Матеріали Всеукраїнської науково-практичної
інтернет-конференції
02 березня 2020 року**

**Львів
«Галицька видавнича спілка»
2020**

УДК 334.72 (477) (06)

ПРОБЛЕМИ БІЗНЕС-ЕКОНОМІКИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ: Матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції – Львів: ТзОВ «Галицька видавнича спілка», 2020. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM)

Науково-практична інтернет-конференція проводилася з метою обміну досвідом між науковцями й практиками у сфері бізнес-економіки, розширення тематики міждисциплінарних досліджень, підвищення якості виконання наукових розробок, координації наукової співпраці між науковими інституціями та бізнес-середовищем. На конференції обговорювались теоретичні та практичні аспекти бізнес-економіки, конкурентний підхід, економічна безпека, бізнес в умовах глобалізації та діджиталізації з врахуванням соціального та демографічного аспекту.

За зміст та мовно-стилістичне редагування відповідальність несуть автори

УДК 334.72 (477) (06)

© Національний університет „Львівська політехніка”, 2020

ШАНОВНІ УЧАСНИКИ КОНФЕРЕНЦІЇ!

Всеукраїнська науково-практична конференція «Проблеми бізнес-економіки в сучасних умовах» проводилась кафедрою теоретичної та прикладної економіки Інституту адміністрування та післядипломної освіти Національного університету «Львівська політехніка». Співорганізатором конференції був Західний науковий центр Національної академії наук України і Міністерства освіти і науки України, який є основною організуючою і координуючою ланкою регіональної системи науково-технічної та інноваційної діяльності в західних областях України, яка орієнтована на вирішення актуальних соціально-економічних та культурних проблем розвитку регіону.

Участь в конференції взяли представники ВУЗів, науково-дослідних установ, інститутів, практиків з Києва, Львова, Харкова, Одеси, Тернополя, Мукачева, Маріуполя, Нікополя тощо. Такий широкий інтерес до питань бізнес-економіки підтвердив всеукраїнську зацікавленість у проблематиці функціонування бізнес-економіки в сучасних умовах. Активними учасниками є студенти різних курсів навчання.

Тематичне наповнення матеріалів конференції охоплює проблеми цифрової бізнес-економіки, зокрема, проблеми впливу діджиталізації, податкового та бухгалтерського обліку на бізнес-економіку, корпоративної етики, корупції та національної безпеки, впливу публічного управління, еколого-економічної інклюзії, діяльності Антимонопольного комітету України на бізнес-економіку. Учасники конференції приділили увагу також проблемам функціонування ринків послуг, землі, нафтогазового видобування, поштового сектору, ринків природних монополій тощо.

Матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції «Проблеми бізнес-економіки в сучасних умовах» дадуть можливість ознайомитись з актуальними проблемами бізнес-економіки, а також розвинути наукові дослідження в цій сфері не лише учасникам конференції, але й широкому колу зацікавлених читачів.

**Заступник директора
Інституту адміністрування та
післядипломної освіти
Національного університету
„Львівська політехніка”**



О.П. Білоус

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

Голова комітету:

- Білоус Олександр Петрович – заступник директора Інституту адміністрування та післядипломної освіти Національного університету «Львівська політехніка», к.е.н.

Заступник голови комітету:

- Поплавська Жанна Василівна – завідувач кафедри теоретичної та прикладної економіки Національного університету «Львівська політехніка», д.е.н., професор;

Члени організаційного комітету:

- Данилович-Кропивницька М.Л. – доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки Національного університету «Львівська політехніка», к.е.н., доц.;
- Михальчишин Н.Л. – доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки Національного університету «Львівська політехніка», к.е.н., доц.;
- Пушак Г.І. – доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки Національного університету «Львівська політехніка», к.е.н., доц.

ЗМІСТ

<u>АДАМИШИН А. В.</u>	ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ З ПОДАТКУ НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ	9
<u>БАЧИНСЬКА М.В., БАРАНЯК І.Є., С'ЄДІНА Г.П.</u>	АНАЛІЗ ГОЛОВНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ МІГРАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ НАСЕЛЕННЯ КАРПАТСЬКОГО РЕГІОНУ	10
<u>БІЛЕЦЬКА Д.О.</u>	АСПЕКТИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	12
<u>БРЮХОВЕЦЬКИЙ Я. С.</u>	ЦИФРОВА БІЗНЕС-ЕКОНОМІКА ТА ЇЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАЛЕЖНИМИ КАДРАМИ	13
<u>БУРИШИН О. Ю., ГАБОВДА Е. Г.</u>	ОСОБЛИВОСТІ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ НА ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	15
<u>ВОЛОШЕНКО А.В.</u>	ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ПРОТИДІЇ СИСТЕМНІЙ КОРУПЦІЇ ДЛЯ БІЗНЕС СЕРЕДОВИЩА УКРАЇНИ	16
<u>ГАЛАМАЙ Я. О.</u>	ОБЛІК НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ	17
<u>ГРИГОР'ЄВА О., ДАНИЛОВИЧ- КРОПИВНИЦЬКА М. Л.</u>	ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В РОЗРІЗІ ПІДВИЩЕННЯ КСП ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	19
<u>ГУМЕННА О. М., ДАНИЛОВИЧ- КРОПИВНИЦЬКА М. Л.</u>	ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТЗОВ «ЛЕОНИ ВАЕРІНГ СИСТЕМС УА ГМБХ»	20
<u>ГУМЕНЮК В.В., ЗАВТУРА К.О.</u>	ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ	21
<u>ГУМЕНЮК В.В., САВІНОВА З.В.</u>	ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ЗМІШАНОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ	22
<u>ДАНИЛОВИЧ- КРОПИВНИЦЬКА М.Л.</u>	ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МЕРЕЖЕВИХ ЗЛОЧИННИХ ОРГАНІЗАЦІЙ У КОНТЕКСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ	23
<u>ЗАВЕРЬНИЙ А.С.</u>	ПРОБЛЕМИ ЕНЕРГОЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ ГОСПОДАРЮВАННЯ	24
<u>ЛЬБІН І. Є.</u>	ЕКОНОМІЧНІ ПИТАННЯ РЕГУЛЮВАННЯ БЕЗПЕКИ АВІАЦІЇ	25
<u>КАНЦІР І.А., КАНЦІР С.В.</u>	СУЧАСНА ПАРАДИГМА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ	26
<u>КЛІПКОВА О. І., КЛІПКОВ І. Р.</u>	ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ КОДЕКСУ КОРПОРАТИВНОЇ ЕТИКИ	27
<u>КЛІПКОВА О. І.</u>	ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА: ПРАКТИЧНИЙ АСПЕКТ	29
<u>КОМАРИНЕЦЬ С.О., БІДЮК Л.В.</u>	СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ НАВЧАННЯ ПЕРСОНАЛУ	31
<u>КОМАРИНЕЦЬ С.О., ДАВИДЕНКО Л.С.</u>	ПРОБЛЕМИ БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ	32

<u>КОМАРИНЕЦЬ С.О., ДАНИЛЮК Ю.В.</u>	ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ	34
<u>КОМАРИНЕЦЬ С.О., ЗИНИЧ Л.В.</u>	ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ	35
<u>КОМАРИНЕЦЬ С.О., КОЦАН С.В.</u>	ПРОБЛЕМИ РЕФОРМУВАННЯ ПОШТОВОГО СЕКТОРУ В УКРАЇНІ НА ПРИКЛАДІ ПАТ «УКРПОШТА»	36
<u>КОМАРИНЕЦЬ С.О., ЛІЩУК Д.О.</u>	ПЕРСПЕКТИВИ ВІДРОДЖЕННЯ НАФТО ТА ГАЗОВИДОБУВНИХ ГАЛУЗЕЙ В УКРАЇНІ	37
<u>КОМАРИНЕЦЬ С.О., ПАУК Н.І.</u>	ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВИРОБНИЦТВА З ПОНОВЛЮВАНИХ ДЖЕРЕЛ ЕНЕРГІЇ В УКРАЇНІ	38
<u>КОМАРИНЕЦЬ С.О., САВЧУК М.</u>	РЕАЛІЗАЦІЯ МЕХАНІЗМУ ПУБЛІЧНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА НА СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЯХ В УКРАЇНІ	39
<u>КОМАРИНЕЦЬ С.О., ЯНКО К.В.</u>	ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ВІДКРИТТЯ РИНКУ ЗЕМЛІ В УКРАЇНІ	40
<u>КОРОПЕЦЬ І. В.</u>	ПРОЄКТ «PRIMEFISH» ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РИБНОГО ГОСПОДАРСТВА	41
<u>КОСАР Н.С., КУЗЬО Н.Є.</u>	МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ	42
<u>КОТЛЯРЕНКО Я.В., УХАНОВА І.О.</u>	ФАКТОРИ ТА ПОКАЗНИКИ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СУЧАСНИХ СТИВІДОРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	43
<u>КОТОВИЧ В., РИСІН М.В.</u>	РОЛЬ АНТИМОНОПОЛЬНОГО КОМІТЕТУ У РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ	45
<u>КОЦАН С.В., ГЛИЧОК Б.І.</u>	ХАРАКТЕРИСТИКА ДИНАМІКИ ЧАСТКИ РИНКУ ПІДПРИЄМСТВА «УКРПОШТА» ПРОТЯГОМ 2014-2018 РОКІВ	47
<u>ЛЕВИЦЬКА Я. В.</u>	СУЧАСНИЙ СТАН ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ У БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ	49
<u>ЛИХОЛАТ С. М., ЯРИЧЕВСЬКА Я. І.</u>	БІЗНЕС МОДЕЛЬ O2O (ONLINE TO OFFLINE) ЯК ГОЛОВНИЙ ТРЕНД E-COMMERCE	50
<u>ЛУК'ЯНЧУК О. О.</u>	ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ КРЕДИТНИХ ОПЕРАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА	51
<u>МАМЧИН М. М., ЯРИЧЕВСЬКА Я. І.</u>	БІЗНЕС ЯК ФОРМА РЕАЛІЗАЦІЇ СЕНСУ ЖИТТЯ	52
<u>МАРИНЮК Т.В., МИХАЛЬЧИШИН Н.І.</u>	ДОТРИМАННЯ КОНКУРЕНТНОСТІ В ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЛЯХ ЯК УМОВА РОЗВИТКУ БІЗНЕС СТРУКТУР	53
<u>МЕДІК М. А.</u>	СУЧАСНІ МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	55

<u>МИХАЛЬЧИШИН Н.Л., ФРАНЦЕВА Н.О.</u>	ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА ПРОБЛЕМИ РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПРИРОДНИХ МОНОПОЛІЙ	56
<u>МУНТЯН Р. В.</u>	ЗАГАЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ РОЗРАХУНКІВ З ОПЛАТИ ПРАЦІ	58
<u>НАНІВСЬКИЙ С.Л., ПОПЛАВСЬКА Ж.В.</u>	СУТЬ І КОНЦЕПЦІЇ ПУБЛІЧНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА	59
<u>НИЖНИК І.Б., ТРЕВОГО О.І.</u>	БІЗНЕС-ЕКОНОМІКА ЯК СОЦІАЛЬНИЙ АСПЕКТ	60
<u>НІКОЛАЙЧУК Т.О.</u>	ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНА ІНКЛЮЗІЯ ФІЗИЧНИХ ТА ЮРИДИЧНИХ ОСІБ	62
<u>НІЧИПУРЕНКО О. О.</u>	ОСОБЛИВОСТІ РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ	64
<u>ПЕЛЬО О. П., ДАНИЛОВИЧ- КРОПИВНИЦЬКА М. Л.</u>	ШЛЯХИ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ НА ПРИКЛАДІ ВЕСІЛЬНОГО КЛАСТЕРУ ЧЕРНІВЦІВ	65
<u>ПЕТРАШ Е.І., ПЕРХАЧ О.Л.</u>	ОСНОВНІ ПЕРЕДУМОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ КРИЗОВИМИ СИТУАЦІЯМИ	66
<u>ПОДГОРЕНКО Ю.О., ДАНИЛОВИЧ- КРОПИВНИЦЬКА М. Л.</u>	ЯДЕРНА БЕЗПЕКА ЯК ОСНОВНИЙ ЕЛЕМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ СКЛАДОВОЇ	68
<u>ПОЛЬОВИК О. Ю.</u>	СПОСОБИ ПІДВИЩЕННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	70
<u>ПОПЛАВСЬКА Ж.В., ЧЕРКЕС Х.Р.</u>	ВИМОГИ ДО КОМПЕТЕНТНОСТІ МЕНЕДЖЕРІВ У ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ	71
<u>ПРОЦІВ О.Р.</u>	ПРОБЛЕМИ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ У ГАЛУЗІ ВИКОРСИАТННЯ МИСЛИВСЬКИХ УГІДЬ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	72
<u>ПУШАК Г.І.</u>	ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ЦІНОУТВОРЕННЯ У ВІТЧИЗНЯНОМУ ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ	74
<u>САВЧУК М.Ю., ГОШОВСЬКА О.В.</u>	ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ ЯК ОСНОВА БРЕНДУ	75
<u>САВЧУК М.Ю., ДАНИЛОВИЧ- КРОПИВНИЦЬКА М. Л.</u>	СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ЕЛЕМЕНТ БЕЗПЕКОВОЇ ЗАГРОЗИ	77
<u>САВЧУК М.Ю., СКОРИК Г.І.</u>	РИНОК ЗЕМЛІ: ПЕРСПЕКТИВИ І РИЗИКИ ДЛЯ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ	79
<u>САДОВА У.Я., МАНДЮК Я.Ю.</u>	ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА Й РОЗВИТОК ПРОФЕСІЙНИХ РИНКІВ ПРАЦІ	81
<u>САДОВА У.Я., ЧАБАН В.С.</u>	РИНОК ПРАЦІ У СФЕРІ ТРАНСПОРТУ: ВІД ЕПОХИ ПРАЦІ ЛЮДИНИ ДО ЕПОХИ АЛГОРИТМІВ	83
<u>СЕЛЮЧЕНКО Н.С.</u>	ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ЯК НЕОБХІДНА УМОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ	85

<u>СЕНІВ Л.А.</u>	ДОСВІД ДІЯЛЬНОСТІ ПРИВАТНИХ ОХОРОННИХ СТРУКТУР ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН	86
<u>СИЧ Л.І.</u>	БІЗНЕС-ТРЕНДИ ЗЛИТТІВ ТА ПОГЛИНАНЬ В СУЧАСНИХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСАХ	88
<u>СЛАВ'ЮК Р. А., ЛАВРЕНЮК А.В.</u>	ФОРВАРДНІ КОНТРАКТИ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ВАЛЮТНИМИ РИЗИКАМИ	89
<u>СТЕПУРА Т.М., КАРАСЮКЕВИЧ Ю.В.</u>	МАЙБУТНЄ ФАХІВЦІВ У СФЕРІ АНАЛІТИКИ У КОНТЕКСТІ ЗМІН ЗМІСТУ ПРАЦІ	91
<u>ТЕРЛЕЦЬКА В. О.</u>	НЕДОЛІКИ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЇ БАЗИ ДІЯЛЬНОСТІ ВЕНЧУРНИХ ФОНДІВ В УКРАЇНІ	93
<u>ТОВКАЧ О. О.</u>	ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	95
<u>УЛЕЩЕНКО А. В.</u>	ІНВЕСТИЦІЙНА СХЕМА ПІДПРИЄМСТВА	96
<u>ФОМІЧОВ А. О.</u>	ОРГАНІЗАЦІЯ СИСТЕМИ ОЦІНКИ ВИРОБНИЧИХ ВИТРАТ У БІЗНЕСІ	97
<u>ФОМІЧОВ Ю. О.</u>	ГОСПОДАРСЬКІ ОПЕРАЦІЇ ТА ДОКУМЕНТАЦІЯ	99
<u>ФРАНЦЕВА Н.О., СКОРИК Г.І.</u>	ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ	100
<u>ХИМИЧ І.Г., ТИМОШИК Н.С.</u>	ЕКОНОМІЧНА СТАБІЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ: РЕАЛЬНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	102
<u>ЧАЙКА П. Г.</u>	СТОРОНИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ЯК ІДЕЇ ЕФЕКТИВНОГО КЕРІВНИЦТВА СИСТЕМОЮ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ	104
<u>ЧІЧКІНА Т.С.</u>	ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ТА АГРОБІЗНЕС	105
<u>ШЕРЕМЕТ Л.П., МАЛІЧ Л.А.</u>	КЛЮЧОВІ ПОКАЗНИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	106
<u>ШКВАРЧУК Л.О., БІЛЕЦЬ В.І.</u>	ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ КРЕДИТНОГО РИНКУ В УКРАЇНІ	109
<u>BREMOND TENDA, MARIA RYSIN</u>	DEVELOPMENT OF BUSINESS ECONOMY IN TERMS OF DIGITIZATION	111
<u>ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ</u>		113

ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ З ПОДАТКУ НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ

Податок на додану вартість (ПДВ) є одним із основних податків, за рахунок якого формується значна частина державного бюджету України. При цьому він є найпроблемнішим податок, дорогим у керуванні і регресивний за своєю природою, вимагає великої кількості податкових служб, дорогих комп'ютерів, значних витрат підприємців. Нормативно-правовим актом, що визначає ведення бухгалтерського обліку безпосередньо за ПДВ, є Інструкція з бухгалтерського обліку податку на додану вартість, затверджена наказом МФУ № 141 від 01.07.97 р. [1]. Після прийняттям ПКУ (п. 11 підрозділу 2 Перехідних положень), податкові накладні, сума ПДВ яких перевищує 10 тис грн. (з 1.01.12 р.), а також ті, які виписані при здійсненні операцій з постачання підакцизних товарів та товарів, ввезених на митну територію України (незалежно від суми ПДВ у такій податковій накладній) підлягають реєстрації у Єдиному реєстрі податкових накладних [2; 3]. Розглянемо окремі особливості оподаткування, визначених ПКУ. ПКУ визначено дві методики визначення дати та права виникнення податкового кредиту чи податкового зобов'язання: 1) за правилом «першої події»; 2) за касовим методом. При різних методах відповідно будуть різні бухгалтерські проведення [4, с. 284-287].

В практичному застосуванні найчастіше виникають помилки саме при використанні правила «першої події». Податковий кредит може виникати лише за умови наявності документа – податкової накладної (ПН), яку виписує постачальник або іншого підтверджуючого документа. Однак, якщо постачальник не надасть податкову накладну покупцю, то покупець немає права на податковий кредит (Дт 641) у звітному періоді (у разі, якщо не надасть заяву (скаргу) податковому органу). У такому разі до моменту отримання такої ПН використовується рахунок 644 «Податковий кредит», а не 641. Отже, у покупця виникають певні складнощі щодо обліку податкового кредиту. При застосуванні касового методу податкового обліку суми податкового зобов'язання з ПДВ, відвантаження товарів/послуг відображається за кредитом субрахунку 643 «Податкові зобов'язання» у кореспонденції з дебетом рахунків обліку доходів (701, 702, 712). На дату одержання коштів від покупця здійснюється запис: Дт 643 - Кт 641/ПДВ [1]. Розбіжності у бухгалтерському та податковому обліку при застосуванні касового методу не виникають, оскільки все дуже просто: при перерахуванні коштів за отриману продукцію виникає податковий кредит, при отриманні оплати відвантажених товарів/послуг – податкове зобов'язання.

Таким чином, запровадження касового методу до всіх операцій (а не лише за окремими операціями) надто полегшило б не тільки облік розрахунків з ПДВ, але й адміністрування цього податку.

1. Про затвердження Інструкції з бухгалтерського обліку податку на додану вартість: Наказ МФУ №141 від 01.07.97 р. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0284-97>

2. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

3. Про затвердження Порядку ведення Єдиного реєстру податкових накладних: Постанова КМУ №1246 від 29.12.2010 р. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1246-2010-n>

4. Орлова В. К. Фінансовий облік : [навч. посіб.] / В. К. Орлова, М. С. Орлів, С. В. Хома. К.: Центр учбової літератури, 2010. 510 с.

АНАЛІЗ ГОЛОВНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ МІГРАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ НАСЕЛЕННЯ КАРПАТСЬКОГО РЕГІОНУ

Міграція населення є складним суспільним феноменом, що вивчається багатьма науками, зокрема історією, правознавством, економікою, демографією, географією, соціологією тощо. У трактуваннях поняття «міграція» немає одностайності. Існує дуже багато поглядів на сутність цього явища, що знайшло відображення у розмаїтті визначень цього феномену. Дослідження різноманітних аспектів міграцій, зокрема, міграційної активності висвітлено в працях науковців міжнародного рівня, таких як Д. Маккензі та Д. Массей. Дослідженнями міграції в Україні займаються науковці НАН України, Е.М. Лібанова, О.В. Позняк, О.А. Малиновська, У.Я. Садова, Л.К. Семів. Проте потреба дослідження міграційної активності настільки актуальна у сучасних умовах, що потребує постійного та ґрунтовнішого вивчення.

У 2010-2018 рр. кількість населення областей Карпатського регіону за рахунок міграції зросла на 17,3 тис. осіб або 65 осіб на 100 тис. населення. Рівень імміграції незначно перевищував рівень еміграції. Такий стан справ дозволяє зробити припущення, що починаючи з 2011 року Карпатський регіон змінив свій міграційний статус з донора людських ресурсів на – реципієнта. Міграційні рухи призвели до змін в екістико-поселенській структурі досліджуваної території. Якісний аналіз населення Карпатського регіону в 2010-2018 роках засвідчив, що внутрішня міграція населення Карпатського регіону носить урбаністичний характер, тобто пов'язана із його переміщенням з сільської місцевості у міську.

Загалом рівень міграційного приросту в міських поселеннях в 9 разів вищий ніж у сільській місцевості. Так, у 2010-2018 рр. чисельність мешканців міст за рахунок міграції зросла на майже 12 тис. осіб, в той час у сільській місцевості – лише на 1,3 тис. осіб.

Аналіз міграційних потоків в розрізі їх міжрегіонального та міждержавного векторів дозволив визначити рівень привабливості областей Карпатського регіону для мігрантів, як з території України, так і з-за кордону. Зокрема, коефіцієнт внутрідержавної міграції досліджуваної території у 2010-2017 рр. становив 47 осіб у розрахунку на 100 тис. осіб, тоді як значення коефіцієнта міждержавної міграції - лише 16 осіб на 100 тис. населення. Це свідчить, що Карпатський регіон в цілому є більш привабливим в плані міграції для мешканців з інших областей України, ніж для приїжджих з інших країн. Ядрами притягання мігрантів з України виступають Івано-Франківська та Чернівецька область, а міждержавних – Чернівецька область.

Детальний аналіз показників міграції за країнами-походження емігрантів та іммігрантів, дозволив визначити топ-10 країн реципієнтів та донорів для областей Карпатського регіону.

За географічним принципом у 2016-2017 рр. найбільша кількість емігрантів з Карпатського регіону припадає на Угорщину (714 осіб), на другому, третьому та четвертому місцях відповідно – Німеччина (263 особи), Польща (230 осіб) та Чехія (155 осіб). Оскільки саме ці країни завжди історично притягували трудових мігрантів з України, то такі результати лише підтверджують, що трудова міграція залишається основним фактором виштовхування людських ресурсів за межі Карпатської територіальної суспільної системи. З іншої сторони, варто розуміти, що дані офіційної статистики не враховують тих, хто працює нелегально, сезонно та приховує факт переїзду в іншу країну, а тому справжні обсяги міграції карпатських українців з метою працевлаштування є набагато вищими.

Виходячи з вищезазначеного та проаналізувавши динаміку населення Карпатського регіону можемо зробити висновок, що міграційна активність таки стрімко зростає та кількість населення, що виїжджає постійно збільшується. Здійснивши аналіз міграційних потоків в

розрізі їх міжрегіонального та міждержавного векторів, визначено рівень привабливості областей Карпатського регіону для мігрантів, як з території України, так і з-за кордону. Велика кількість українських мігрантів з Карпатського регіону виїжджають з метою заробітку. Це можуть бути зокрема короткотермінові сезонні роботи з відповідною тривалістю поїздки на 3-6 місяців та тривалого перебування (понад 1 рік) або й на постійне перебування за кордоном. Найпоширенішими країнами до яких прибувають українські мігранти з Карпатського регіону є Польща, Чехія, Словаччина і далі у глиб Європи.

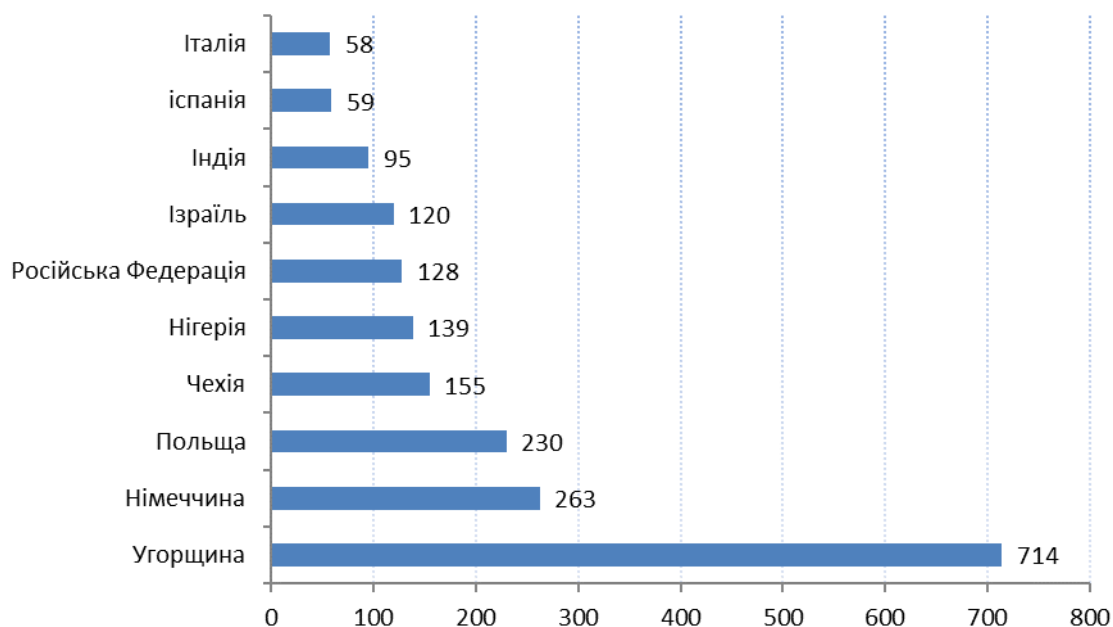


Рис. 1 Топ-10 країн-реципієнтів міграції Карпатського регіону в 2016-2017 рр., осіб

Джерело: побудовано авторами за даними [1,2]

Також не мало важливим аспектом є внутрішня міграція населення Карпатського регіону, котра носить урбаністичний характер, тобто пов'язана із його переміщенням з сільської місцевості у міську, що свідчить про нерівномірне розселення населення, яке призводить до певного навантаження на систему зайнятості та добробуту населення певного регіону. Вивчивши вікову структуру мігрантів можемо підтвердити актуальність проблеми міграції жінок та чоловіків у молодому середньому віці та про розвиток соціальної, шлюбної, моральної, культурної кризи суспільства. На підставі проаналізованих аспектів пов'язаних із зростанням міграційної активності виділимо окремі заходи, що зможуть врегулювати та покращити роботу державної міграційної політики України. Зокрема зменшення кількості українського населення через еміграцію шляхом забезпечення гідних умов праці та відповідну заробітну плату у країні де вони народилися; регулювати пільги та переваги як загальнонаціональної так і міждержавної міграції, створюючи соціальну диспропорцію між іммігрантами та постійним населенням; введення та реалізація державних соціально-економічних та культурних програм; боротьба з незаконною міграцією та торгівлею людьми; захист українських емігрантів за кордоном, регулювання та розвиток відносин з діаспорами; використання заощаджень працівників-мігрантів у підприємницькій діяльності на території України.

1. Головне управління статистики у Закарпатській області [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.uz.ukrstat.gov.ua/>

2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

3. Малиновська О. Міграційна політика України: стан і перспективи розвитку /О. Малиновська/ Аналітична доповідь. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/malinovska-79a87.pdf> – К.: НІСД, 2010. – 32 с.

АСПЕКТИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Послуга – досить специфічний товар, а сфера послуг об'єднує підприємства, установи та організації як виробничої, так і невиробничої галузей. Оцінюючи розвиток сфери послуг двох останніх десятиліть у світовому масштабі зазначимо, що визначальними чинниками є науково-технічна революція й структурно-технологічна перебудова матеріального виробництва. Так науково-технічна революція стимулює вихід на ринок широкого спектру нових послуг, пов'язаних з інформаційними технологіями, комп'ютеризацією, новими способами комунікацій. Також існують ще інші причини, які пояснюють швидкий розвиток сфери послуг, а саме:

- перетікання персоналу із виробничої у сферу послуг;
- автоматизація сільського господарства, що сприяє вивільненню робочої сили для сектору послуг;
- зростання доходів на душу населення;
- розширення міжнародної торгівлі;
- розширення спектру послуг, що супроводжують виробництво.

У зв'язку з переходом економіки України до ринкових методів господарювання сфера послуг стає єдиним сектором економіки, що в умовах структурної кризи нарощує обсяги виробництва. Це пояснюється тим, що багато послуг, які раніше надавалися споживачам безкоштовно або за символічну платню переважно стали платними. Це освіта, охорона здоров'я, спортивні послуги, послуги радіо, телебачення, туризму та інші.

За своєю природою підприємства сфери послуг відносяться до категорії підвищеного ризику. У зв'язку з чим одним з основних заходів організаційно-економічного характеру, що знижує ризик діяльності підприємців у сфері послуг, є маркетинг послуг, в рамках якого передбачаються спеціальні заходи, що дозволяють послабити негативний вплив особливостей послуг. Причому маркетинг розширює свої функції, тобто поряд з функціями дослідження, стимулювання збуту і розподілу послуги, з'являється функція взаємодії з покупцем.

Особливу значимість у сфері послуг має бенчмаркінг. Саме покупець, роль якого в сфері послуг дуже висока, є основним джерелом даних про ринок і конкурентів. За допомогою одержання таким чином інформації, підприємство, що здійснює свою діяльність на ринку послуг, набуває додаткову можливість підвищення своєї конкурентоспроможності. Даний процес отримав назву бенчмаркінгу.

Підприємство сфери послуг є складним комплексом матеріально-технічних, трудових, інформаційних, фінансових та інших ресурсів, призначених для задоволення широкого кола потреб. При його потрібно враховувати велику кількість чинників для того, щоб найбільш повно забезпечити потреби споживача.

Сфера послуг відрізняється розширеними можливостями для відкриття власної справи, що значною мірою збільшує можливості здійснення підприємницької діяльності для широких верств населення. Це проявляється у формуванні нового прошарку людей - людей підприємливих, які тяжіють до самостійної господарсько-економічної діяльності, здатних долати опір середовища та досягати поставленої мети.

ЦИФРОВА БІЗНЕС-ЕКОНОМІКА ТА ЇЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАЛЕЖНИМИ КАДРАМИ

В даний час відбуваються глибокі зміни у веденні бізнесу, зумовлені використанням цифрових технологій, що дозволяє оптимізувати бізнес-процеси. Це так звані процеси діджиталізації. Використання цифрових технологій і великих обсягів інформації стосується і торкнеться кожної країни, кожного підприємства і бізнесу, кожної людини. Виникає багато питань економічного, соціального, етичного характеру, на які на сьогоднішній день немає однозначних відповідей. Для національних виробників важливо навчитися працювати з великими обсягами інформації та перетворювати їх в товари, цінності, які можуть бути затребувані ринком.

У науці немає точного розуміння, що являє собою «цифрова економіка», ця нова реальність, але як явище використовується і вживається в програмах економічного розвитку. Багато країн в своєму розвитку використовують інформаційні технології, що називають цифровою економікою: інтернет, великі дані, штучний інтелект.

Вже не викликає сумнівів, що цифрова економіка - це сфера діяльності, яка скорочує, а не збільшує кількість робочих місць, як це відбувається в звичайних сферах і галузях економіки. Однак, як показує досвід технологічних і інформаційних перетворень, все визначає виробництво. Операції в сфері обігу, похідні фінансові інструменти фондового ринку, об'єкти так званої інтелектуальної власності найчастіше приносять колосальні доходи, є більш значущими в досягненні високих рівнів економічного розвитку країн, компаній, окремих людей.

У доведенні товарів до споживача при використанні цифрової економіки та інформаційних технологій між агентами (суб'єктами) відносини будуються за допомогою цифрових електронних платформ (послуги електронної комерції), коли без посередників можна отримати той чи інший товар за допомогою інтернет-магазину, агент оплачує і отримує товар за допомогою доставки або пошти. Це і є цифровий процес обміну товарами і послугами.

Забезпечуються такі переваги: мобільність, швидкість, замовлення товару моментальне, і не доводиться витрачати час на його очікування, що змушує людину нервувати, переживати і т.д. Все це вирішується в режимі реального часу.

Поступово відбувається заміна звичних грошей на електронні, так звані криптовалюти, які мінімізують витрати на посередників і знімають перевірку справжності розпису на валютну операцію. Створюються комісії по цифровій економіці, галузі, термінали, за допомогою яких можна оформити реєстрацію, закордонний паспорт та інші операції, які сьогодні можна проводити, не відвідуючи державні установи. Все це поступово активно змінює економічні відносини на рівні споживання, послуг, у тому числі державних, змушуючи йти в електронну сферу.

Досвід застосування цифрових технологій розкриває деякі проблеми і закономірності: перебудовуються відносини рівних з нерівними; виникає проблема захисту персональних даних (кіберзлочини третіх осіб); викрадення комерційної і державної інформації в інтернет-просторі та ін.

З урахування сучасних тенденцій глибокого проникнення цифрових технологій в бізнес та повсякденне життя населення доцільно здійснювати своєчасну підготовку спеціалістів економіко-управлінського профілю, які б розумілися на інформаційних технологіях, володіли інструментами системного аналітичного мислення, що складає основу прийняття обґрунтованих бізнес-рішень. Розробка програм підготовки таких програм в закладах вищої освіти є актуальним завданням.

Сучасний ринок формує підвищений попит на таких випускників вищих навчальних закладів, які:

по-перше, належним чином теоретично підготовлені і розуміють природу цифрових перетворень та їх вплив на економіку, бізнес-процеси, соціально-економічні трансформації;

по-друге, обізнані з економічним інструментарієм виконання системного аналізу економічних явищ і бізнес-процесів;

по-третє, вміють працювати з великими масивами даних;

по-четверте, докладно засвоїли науку управління, мають здібності менеджера та готові приймати належні управлінські рішення.

Об'єктивні зміни сучасності обумовлюють розробку програми підготовки фахівців за спеціалізацією «Бізнес-економіка». Доцільно в план підготовки включити широкий перелік дисциплін з метою формування необхідних знань, умінь та навичок, яких було б достатньо для належного виконання посадових обов'язків в приватному секторі чи державній установі, організації власного бізнесу, праці у великій компанії, керівництва нею, для виконання аналітичної роботи, прийняття обґрунтованих економічних та фінансових рішень.

Оскільки принципи ведення бізнес-процесів однаково діють і у суспільному, і у приватному секторах, і в домашніх господарствах, програма підготовки повинна включати найрізноманітніші дисципліни, тобто має бути міждисциплінарною. Зокрема, це має бути блок:

Блок економічних дисциплін з поглибленим вивчення методології, механізмів та інструментів аналізу великих даних. Це може бути: міжнародна торгівля, аналіз даних, оцінка економічної політики, часові ряди, робота з сучасними програмними продуктами тощо.

Блок фінансових дисциплін - його засвоєння дозволяє здійснювати оцінку бізнесу та ефективності його розвитку: Теорія фінансів, Державні фінанси, Корпоративні фінанси, Фінансовий менеджмент, Бухгалтерський облік та ін.

Блок бізнес-дисциплін надає розуміння природи управління бізнес-процесами будь-якої компанії: Бізнес-планування, Цифрові бізнес-моделі, Поведінка споживачів, Макретинг, Теорія ринків та ін.

Блок управлінських дисциплін – може бути націлений на докладне вивчення законів комунікацій та взаємодії всередині компанії, з клієнтами, освоєння закономірностей управління, розробки і реалізації стратегії компанії, поведінки на ринку.

Це такі дисципліни: управління людськими ресурсами, організаційна поведінка, корпоративний менеджмент, стратегічний менеджмент та ін.

Блок психологічних дисциплін та поведінки людини – для розуміння природи поведінки людини, споживача, впливу змін та цифрових технологій на економічну поведінку і сприйняття змін різними групами населення, споживачів.

Економічна психологія та її складові, зокрема

- психологія праці і управління,
- психологія господарської поведінки людей,
- психологія менеджменту,
- психологія споживача,
- психологія організації,
- психологія трудових відносин,
- психологія економічного знання,
- психологія грошей,
- психологія підприємницької діяльності,
- психологія прийняття рішень в господарській діяльності,
- психологія реклами,
- психологія економічної культури та ін.

Будь-яке нове явище породжує труднощі, виявлення і подолання яких стає актуальним завданням економічної науки і практики.

Економічній та соціальним наукам ще належить оцінити, яку саме користь принесе цифрова економіка в цілому, це може стати предметом подальших досліджень.

ОСОБЛИВОСТІ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ НА ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Діяльність суб'єктів господарювання спрямована на досягнення комерційного успіху, максимізацію прибутку. Ефективність підприємництва в умовах ринкової економіки залежить від чіткого уявлення про можливості бізнесу, вибору правильної стратегії та тактики дій. Актуальним є ретельне планування, що включає визначення напрямів розвитку підприємства, починаючи від детального опису технології бізнес-проекту і закінчуючи фінансовими розрахунками результатів діяльності. Основним показником ефективності роботи торговельного підприємства є прибуток, в якому відбиваються товарооборот, його склад і асортиментна структура, товарооборотність, продуктивність праці, сума та рівень витрат, наявність товарних втрат.

Питанням складання бізнес-планів присвячено праці низки науковців: В. Гриньової, Н. Данік, А. Загороднього, Т. Загорної, Л. Лаврів, В. Кучеренка, С. Покропивного, Г. Швиданенко та ін. Зокрема, Г. Пекна та Г. Білокур з'ясовано теоретичні аспекти бізнес-планування діяльності підприємств, подано оцінку стану бізнес-планування в сучасних умовах господарювання в Україні та в порівнянні з провідними країнами світу. Н. Данік визначено проблемні моменти і слабкі місця українських бізнес-планів, проаналізовано основні недоліки при замовленні бізнес-плану як специфічної послуги.

Завданням розробки бізнес-плану на торговельних підприємствах є встановлення і підтримка комунікацій між підприємцем і постачальниками продукції, продавцями та працівниками; своєчасне виявлення можливих перешкод, ризиків; формування управлінських якостей підприємця; можливість перевірки доцільності підприємницької ідеї та її практичної реалізації. На сьогодні зацентровано увагу на головних принципах бізнес-планування: адекватність (бізнес-план, загалом, та зміст його окремих розділів повинні відповідати наявним ринковим умовам, розмірам та можливостям підприємства, його ресурсному забезпеченню тощо); цільовий характер (зміст окремих розділів бізнес-плану повинен розкривати підприємницьку ідею); системність (показники, розраховані під час бізнес-планування, мають бути ув'язаними в єдину систему та узгодженими між собою); науковість (усі розрахунки, проведені під час розроблення бізнес-плану, мають ґрунтуватись винятково на наукових підходах та методиках); оптимальність (під час бізнес-планування потрібно забезпечити обрання найкращого варіанта реалізації підприємницького проекту) [1]. Авторами виокремлено й додаткові принципи: ініціювання (активізація, стимулювання і мотивація дій, проектів, угод); координація та інтеграція (взаємозв'язок всіх структурних підрозділів підприємства та орієнтація їх на єдиний результат); безпека управління (оцінка можливих ризиків для своєчасного прийняття запобіжних заходів щодо зменшення чи запобігання негативних наслідків); контроль (можливість оперативного відслідковування виконання плану, виявлення помилок та можливостей його коригування) [Там же].

Виокремлюють розділи бізнес-плану, кожний з яких має свої цільове призначення та специфіку. Серед типових структурних елементів: резюме; характеристика підприємства; характеристика товарів та послуг, що реалізується підприємством; дослідження та аналіз ринків збуту продукції (послуг); характеристика конкурентного середовища та конкурентні переваги; план маркетингової діяльності; план збутової діяльності підприємства; організаційний план; план охорони навколишнього середовища; фінансовий план та програма інвестицій; аналіз потенційних ризиків; бюджетна та економічна ефективність інвестиційного бізнес-плану; соціально-економічні наслідки реалізації інвестиційного бізнес-плану [2, с.71-72].

Слід зазначити, що структура та обсяг означеного плану визначаються спеціалізацією, розміром підприємства, метою його розроблення, розмірами цільового ринку збуту, наявністю конкурентів. Бізнес-планування уможливорює аналіз комплексу майбутніх процесів підприємницької діяльності, зводить до мінімуму ризику, забезпечує гнучкість управління.

1. Мамчин Р. О., Міценко Н. Г. *Теоретичні засади бізнес-планування в торговельному підприємстві.* Електронний ресурс. Режим доступу: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/13851/1/31_203-210_Vis_720_Menegment.pdf

2. Савицька Н. Л. *Торговельне підприємництво: навчально-методичний посібник* / Н. Л. Савицька, І. Ю. Мелушова, А. В. Красноусов, К. С. Олініченко. – Х.: Видавництво Іванченка І. С., 2017. – 214 с.

ВОЛОШЕНКО А.В.

Національний університет оборони України імені Івана Черняхівського

ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ПРОТИДІЇ СИСТЕМНІЙ КОРУПЦІЇ ДЛЯ БІЗНЕС СЕРЕДОВИЩА УКРАЇНИ

Україна є важливим партнером для Європейського Союзу, оскільки через географічне розташування є граничною зоною з Росією, внаслідок чого допомагає підвищити стабільність та захистити демократію у цьому регіоні. Закріплення в Конституції – основоположному державному документі, цивілізаційного вибору, європейської ідентичності Українського народу та незворотності стратегічного курсу держави на набуття повноправного членства України в Європейському Союзі та в Організації Північноатлантичного договору (НАТО) засвідчило світовій спільноті та населенню України, що після російської агресії цей шлях є безальтернативним.

Для успішної інтеграції необхідно забезпечення взаємосумісності з європейськими як державних інституцій так і, підприємств, організацій, установ приватного та неприбуткового секторів, незалежно від роду їхньої діяльності. Досягти вказаного можливо тільки через високий рівень професіоналізму, дотриманням вимог права та міжнародних стандартів, повагою до європейських цінностей. Європейськими парламентами зауважено, що для більш тісної європейської інтеграції, яка стане більш ніж просто гарне гасло, уряд України повинен боротися з системною корупцією, яка не тільки підриває таку інтеграцію, але також завдає шкоди бізнесу і легальній економіці, дозволяючи злочинним організаціям діяти безкарно [1].

Формальний та популістський підхід до антикорупційної боротьби з боку українського уряду, призвів до негативної динаміки показника індексу сприйняття корупції який у 2019 році знизився на 2 пункти і становить 30 балів зі 100 [2]. Необхідно розуміти, що низькі показники світових рейтингів щодо протидії корупції послаблюють міжнародний престиж України, знижують інвестиційну привабливість та збільшують ризиковий спекулятивний капітал і в загальному підсумку загрожують економічній безпеці.

Негативний вплив корупції на національне бізнес-середовище настільки високий, що вона визнана суттєвою перепоною для ведення бізнесу в Україні Організацією економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР), дослідження якої показали, що в Україні компанії переважно стикаються з корупцією у сфері ліцензування бізнесу, митній та податкових сферах. Але, в наслідок наявних корупційних схем розвивається і тіньовий, нелегальний бізнес, так Україна займає перші позиції у рейтингу країн-джерел контрабанди до ЄС цигарок, за даними дослідження міжнародної компанії KPMG з України у 2017 та 2018 роках надходило більше 4 млрд нелегальних цигарок щорічно, що становить біля 11% всього обсягу контрабанди до країн

ЄС і більше 1 млрд євро втрат бюджету ЄС. Також асоціація зазначила, що, згідно з дослідженням агентства Kantar, обсяг незаконного ринку сигарет промислового виробництва в Україні зріс майже в сім разів з 2016 до 2019 року, і це попри те, що стратегія щодо боротьби з нелегальним ринком сигарет була схвалена в серпні 2017 року [3; 4].

Крім того, прогалини у законодавстві у галузі охорони авторського права призвели до внесення України до «Special 301» – переліку країн з незадовільним рівнем охорони прав інтелектуальної власності. Керуючись даними “Special 301”, США приймають рішення про надання чи анулювання торгових преференцій для товарів, що імпортуються у США з тієї або іншої країни, що може завдати країні-експортеру значної економічної шкоди, не кажучи вже про репутаційні втрати [5]. До того ж, крім репутаційних, для країни це також означають втрати бюджету внаслідок виплати штрафних санкцій, так серйозні кроки у боротьбі з піратством Україна робила лише після того, як у 2001 р. потрапила до списку «Special 301» і була змушена сплачувати суттєві штрафні санкції – 75 млн дол. щорічно [6].

Отже, для успішної євроінтеграції, в Україні необхідно впровадження дієвої системи запобігання та протидії корупції, на засадах верховенства права, як з боку державних інституцій так і, бізнесу.

1. Vondra A. *If Ukraine wants more Europe, corruption must end.* Euractiv. News. URL: <https://www.euractiv.com/section/europe-s-east/opinion/if-ukraine-wants-more-europe-corruption-must-end> (дата звернення 12.02.2020).

2. *Індекс сприйняття корупції – 2019.* Transparency International. URL: <http://cpi.ti-ukraine.org/#/> (дата звернення 10.02.2020).

3. *Україна стала "лідером" в контрабанді сигарет до ЄС.* Кореспондент.net. URL: <https://ua.korrespondent.net/ukraine/4188854-ukraina-stala-liderom-v-kontrabandi-syharret-do-yes> (дата звернення 5.02.2020).

4. *Про схвалення Стратегії у сфері протидії незаконному виробництву та обігу тютюнових виробів на період до 2021 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 23 серпня 2017 р. № 570-р.* URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/570-2017-%D1%80/stru2> (дата звернення 5.02.2020).

5. *Калениченко П. Звіт ІПА щодо України: про що він і що це для нас означає.* Ліга.Блоги. URL: https://iipa.org/files/uploads/2018/02/2018_SPECIAL_301.pdf. (дата звернення 11.02.2020).

6. *Беззуб І. Боротьба з інтернет-піратством в Україні: оцінки експертів.* Центр досліджень соціальних комунікацій НБУВ. URL: http://nbuviar.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=874:internet-piratstvo&catid=8&Itemid=350 (дата звернення 11.02.2020).

ГАЛАМАЙ Я. О.

Нікопольський економічний університет

ОБЛІК НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ

Нематеріальний актив – це нефізичний актив, який буде спожитий протягом більше одного облікового періоду. Прикладами нематеріальних активів є авторські права, патенти та ліцензії. Облік нематеріального активу полягає в обліку активу як довгострокового активу та амортизації активу протягом його строку використання, а також регулярних перевірок зменшення корисності. Бухгалтерський облік по суті такий же, як і для інших видів основних засобів. Розглянемо ключові відмінності обліку матеріальних та нематеріальних основних фондів.

Амортизація. Якщо нематеріальний актив має термін корисного використання, амортизуйте вартість активу протягом цього строку корисного використання за вирахуванням залишкової вартості. Амортизація – це те саме, що і амортизація, за винятком того, що амортизація застосовується лише до нематеріальних активів. У цьому контексті термін

корисного використання відноситься до періоду часу, протягом якого очікується актив для посилення майбутніх грошових потоків [1].

Комбінації активів. Якщо кілька нематеріальних активів функціонують як єдиний актив, об'єднайте їх для перевірки зменшення корисності. Такий процес, ймовірно, не підходить, якщо вони самостійно генерують грошові потоки, продаються окремо або використовуються різними групами активів.

Залишкова вартість. Якщо будь-яка залишкова вартість очікується після строку корисного використання нематеріального активу, віднімайте його від балансової вартості активу для розрахунку амортизації. Припустимо, що залишкова вартість завжди буде нульовою для нематеріальних активів, якщо тільки не існує зобов'язання іншої сторони придбати актив наприкінці строку його корисного використання, і залишкова вартість може бути визначена шляхом посилення на операції на існуючому ринку, і очікується, що ринок існуватиме після закінчення строку корисного використання активу.

Термін корисного використання. Нематеріальний актив може мати невизначений термін корисного використання. Якщо це так, спочатку не амортизуйте його, а регулярно переглядайте актив, щоб побачити, чи може бути визначено термін корисного використання. Якщо так, випробуйте актив на предмет зменшення корисності та почніть амортизацію. Також може відбутися навпаки, коли актив із строком корисного використання тепер оцінюється як невизначений термін корисного використання; якщо так, припиніть амортизацію активу та перевіряйте його на знецінення. Прикладами нематеріальних активів, які мають невизначений термін корисного використання, є ліцензії на оподаткування, права на мовлення та торгові марки [2].

Подовження існування. Не виключено, що термін експлуатації деяких нематеріальних активів може бути збільшений на значну суму, як правило, виходячи з продовження контракту. Якщо так, то оцініть термін корисного використання активу на основі повної тривалості очікуваного продовження строку корисного використання. Ці передбачувані розширення можуть призвести до того, що актив має невизначений термін корисного використання, що дозволяє уникнути амортизації.

Пряма амортизація. Використовуйте прямолінійну основу амортизації для зменшення балансової вартості нематеріального активу, за винятком випадків, коли схема використання вигоди, пов'язана з активом, не передбачає іншої форми амортизації [1].

Тестування на знецінення. Нематеріальний актив підлягає тестуванню на зменшення корисності так само, як і матеріальні активи. Визнайте зменшення корисності, якщо балансова вартість активу перевищує його справедливу вартість, а сума не підлягає відшкодуванню. Після визнання зменшення корисності неможливо змінити.

Активи для досліджень та розробок. Якщо нематеріальні активи придбані за рахунок комбінації бізнесу для використання в науково-дослідній діяльності, спочатку розглядайте їх як невизначений строк корисного використання та регулярно перевіряйте їх на предмет зменшення корисності. Після того, як відповідні науково-дослідні та дослідницькі роботи будуть завершені або припинені, стягуйте їх з витрат [3].

Загалом, потрібно визнати витрати такими, що були понесені, коли вони пов'язані з внутрішньо розробкою, підтримкою або відновленням нематеріальних активів, які мають будь-яку з наступних характеристик: немає конкретно визначеного активу, строк корисного використання невизначений, вартість притаманна постійній діяльності бізнесу.

1. Амортизація нематеріальних активів. Бухучет. 8 юня 2018, п'ятниця, №22 (974) [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://www.visnuk.com.ua/ru/publication/100008175-amortizatsiya-nematerialnikh-aktiviv>

2. Intangible asset accounting [Electronic resource]. URL : <https://www.accountingtools.com/articles/2017/5/14/intangible-asset-accounting>

3. Ловінська Л. Г. Бухгалтерський облік : навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. К. : КНЕУ, 2002. 370 с.

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В РОЗРІЗІ ПІДВИЩЕННЯ КСП ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

У ХХІ столітті світовими лідерами стають країни, які ефективніше використовують знання, вміння, компетенції здатності до подальшого навчання людей, тобто все те, що охоплюється категорією “людський капітал”. 11 жовтня 2018 р. у Сінгапурі МВФ та Світовий банк презентували новий Індекс людського капіталу, згідно якого Україна посіла високе 50 місце із 157 країн. Значною мірою це пов'язано із започаткованими реформами систем охорони здоров'я та освіти.

Позиціонування України у міжнародних рейтингах свідчить, що наявність освіченого працездатного людського ресурсу залишається конкурентною перевагою національної економіки, а стан його використання та збалансований розвиток є визначальним фактором посилення її інноваційної спроможності. Проте, Україна неефективно використовує свій інноваційний та науковий потенціал для економічного зростання та забезпечення конкурентоспроможності на регіональному та глобальному рівнях.

Якість життя населення є головною передумовою розвитку людського капіталу та одночасно засобом і метою посилення конкурентоспроможності на рівні регіону та країни. Підвищення якості життя населення є чинником залучення інвестиційних та трудових ресурсів, інтелектуального капіталу та, з іншого боку, стримує відтік людського і фінансового капіталу за кордон.

Враховуючи те, що якість життя як базис для розвитку людського капіталу впливає на приплив інвестицій, міграційні процеси, ефективність праці, можна стверджувати, що якість життя є чинником конкурентоспроможності Львівщини. Основні переваги, що стосуються якості життя на Львівщині, включають: розвинене підприємницьке середовище та міжнародне наукове співробітництво, високий рівень ділової активності та освіченості населення, значний ресурсний потенціал.

Водночас, незважаючи на наявність великої кількості проблемних питань у сфері розвитку підприємницької діяльності, за рейтингом комфортності журналу «Фокус», проведеним у 2016 році, м. Львів стало найкращим для життя в Україні. Серед основних критеріїв є збільшення туристичного потоку, розвиток ІТ, інфраструктури та бізнес-клімату.

Львів – одне з найкомфортніших міст України для ведення бізнесу в сучасних умовах. Завдяки сусідству з Польщею велика кількість місцевих жителів займається пасажирськими перевезеннями і постачаннями продуктів харчування та побутових товарів. У місті відносно недорого оренда офісних приміщень, активно розбудовуються нові житлові та нежитлові квартали, що спонукає аутсорсингові ІТ-компанії з Центральних та Східних областей переводити бізнес до Львова. Зараз динаміка зростання ІТ-сектора у Львові найвища в країні, тому місто часто називають столицею високих технологій.

1. *Проект постанови Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/*

2. *Людський капітал – Інститут демографії та соціальних досліджень [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.idss.org.ua>*

3. *ПРОГРАМА – Львівська міська рада [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://city-adm.lviv.ua>*

ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТЗОВ «ЛЕОНІ ВАЕРІНГ СИСТЕМС УА ГМБХ»

Безпосередній вплив на розвиток зовнішньоекономічної діяльності ТЗОВ «ЛЕОНІ ВАЕРІНГ СИСТЕМС УА ГМБХ» («Леоні») має співпраця з іноземними партнерами. Для цього працівник відділу маркетингу, що займається зовнішньоекономічною діяльністю підприємства, здійснює пошук зарубіжних контрагентів, досліджуючи ринок, зміни цін на пропоновану продукцію, проводить переговори з іноземними контрагентами. Знайшовши можливих покупців він надсилає їм пропозицію із нашими умовами. Якщо покупця задовольняють всі пункти, то здійснюється домовленість про переговори. При безпосередній зустрічі узгоджуються всі моменти про аванс, безпосередню оплату та перевезення товару. Для ТЗОВ «Леоні» зовнішньоекономічна діяльність має велике значення, оскільки приносить немалий прибуток підприємству.

Перебіг ділових зустрічей, загальна атмосфера, організованість переговорів мають величезне значення на можливість укладення контракту. Підготовка до переговорів вимагає збору інформації про торгових партнерів та узагальнення та формалізація інформації про наше підприємство. ТЗОВ «Леоні» веде досить активну зовнішньоекономічну діяльність, здійснюючи переговори з іноземними партнерами, однак не всі контакти з іноземними контрагентами з різних причин, закінчувалися укладенням договорів, а також відрізнялася кількість таких зустрічей. Прослідкуємо загальну тенденцію ділової активності підприємства протягом 2017-2019 рр.

Так у 2017 р. було проведено 3 зустрічі з іноземним контрагентами, дві з яких закінчилися укладенням договору, у 2018 р. даний показник збільшився на 1 контракт, що вплинуло на отримання доходу від реалізації продукції (на 37%), було продовжено співпрацю з партнерами з Німеччини. У 2019 р. із чотирьох проведених зустрічей тільки 2 закінчилися успішно для підприємства, відповідно знизилася сума, на яку уклали контракти (на 6%), бо один із партнерів відмовився від співпраці з ТЗОВ.

Досліджуючи існуючі проблеми було виявлено, що на позитивний результат переговорів має вплив не тільки інформація, що подається приймаючою стороною, а й правила поведінки учасників переговорів, організація зустрічі, спілкування (вербальне та невербальне). Тобто, для покращення існуючих показників потрібно удосконалювати існуючу систему ділового етикету на ТЗОВ «Леоні». Проте показником, що характеризує активність зовнішньоекономічної діяльності підприємства є вартість укладених контрактів із іноземними контрагентами. Проведення ділових зустрічей тягне за собою певні представницькі витрати, що мають безпосередній вплив на обсяг укладених контрактів. До них можна віднести:

- витрати на рекламу;
- використання послуг перекладача;
- консультації юриста;
- консультації маркетолога;
- витрати на технічне забезпечення (оренда проектора, оброблення інформації);
- канцелярські витрати;
- витрати на атрибутивні елементи ділового етикету (візитні картки, бейджі, прапорці);
- інші витрати.

Виклад інформації, що подається підприємством іноземній стороні, загальна атмосфера переговорів, правильність ведення ділової бесіди, дипломатичні навички – все це є невід’ємною частиною успіху. Тому ще одним із факторів впливу виступає кваліфікація персоналу, що задіяний у переговорах. Від тактовності, ввічливості і правильної поведінки працівників в окремих ситуаціях може залежати успіх всієї зустрічі.

ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Ринкова економіка це економічна система, заснована на принципах вільного підприємництва, у якій роль основного регулятора економічних відносин відіграє ринок.

Найважливішими перевагами ринкового механізму є:

- функціонування як саморегулюючої системи, що через ціни на основі попиту та пропозиції створює орієнтири для капіталовкладень у виробництво;
- ефективний розподіл ресурсів на виробництво товарів з найвищим попитом;
- високий ступінь адаптивності до мінливих умов (підвищення цін на енергоносії в 1970-ті роки викликало впровадження ресурсозберігаючих технологій, альтернативної енергетики);
- ринкова економіка - бездефіцитна економіка. В будь-яких ситуаціях ринковий механізм забезпечить рівність попиту і пропозиції;
- створення ринком потужної системи стимулів;
- широке використання досягнень НТР. У гонитві за прибутком товаровиробники впроваджують у виробництво новітні досягнення науки і техніки, і конкуренція робить цей процес безперервним;
- забезпечення свободи і незалежності як покупців, так і продавців, які самостійно приймають рішення про укладання правочинів, наймання робочої сили і т. д.;
- здатність швидко і ефективно задовольняти різноманітні потреби людей;
- раціональне використання ресурсів, що належать фірмі.

Крім зазначених позитивних рис, ринкова економіка містить і значні недоліки:

- автоматизм ринкового механізму досягається не сам по собі, а методом проб і помилок, в результаті чого суспільство може нести суттєві втрати;
- ринок не створює стимулів для виробництва товарів і послуг колективного користування (охорона здоров'я, культура, спорт, громадський транспорт і ін.);
- нездатність збереження не відтворюваних ресурсів, що належать всьому людству, і захисту навколишнього середовища;
- ігнорування ринком можливих негативних для суспільства наслідків прийнятих рішень;
- ринок не має системи соціального захисту. Доходи в ринковій економіці отримують лише власники економічних ресурсів. Інваліди, діти, пенсіонери можуть не мати засобів до існування, тому держава має вирішувати соціальні проблеми;
- відсутність ефективних мотивацій для фундаментальних досліджень в науці. Ринок реалізує вже наявні науково-технічні досягнення, але не виділяє коштів для теоретичних досліджень;
- нестабільний розвиток, при якому злети ринкової кон'юнктури чергуються з її падінням.

Нездатність ринкового механізму вирішувати певні завдання вимагає втручання держави в ринкові відносини. Держава бере на себе функції, які принципово не може виконувати ринковий механізм:

- 1) забезпечує економіку потрібною кількістю грошей і регулює грошовий обіг в країні;
- 2) забезпечує збереження ринкового механізму, регулює так звані зовнішні, або побічні, ефекти;
- 3) організовує виробництво благ для задоволення колективних або громадських потреб.

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ЗМІШАНОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ

Змішана економічна система, поєднуючи приватний і державний сектори, є домінуючою серед країн сучасного світу. Метою економічних реформ в Україні є побудова саме такої системи.

В обох цих секторах приймаються рішення щодо:

- управління факторами виробництва, які знаходяться відповідно у державній чи приватній власності;

- реалізації (розподілу) ресурсами;

- працевлаштування і звільнення співробітників.

Змішана економічна система, при наявності значної кількості позитивних рис, має і недоліки. Так, перевагою є:

- поєднання забезпечення економічної ефективності з задоволенням потреб населення;

- боротьба державного апарату з монополіями та структурне регулювання економіки;

- соціальна орієнтованість економіки;

- забезпечення сталого розвитку, зокрема зменшення його циклічності.

Серед недоліків можна зазначити :

- зростання інфляції та бюджетного дефіциту, зовнішнього боргу внаслідок витрат на соціальну політику держави;

- нездатність повністю подолати безробіття та соціальне розшарування населення;

- зменшення ефективності використання економічних ресурсів та погіршення якості товарів у галузях з державною підтримкою;

- гальмування процесу виходу виробників на нові ринки збуту.

Незважаючи на всі недоліки, саме змішана економічна система допоможе забезпечити необхідні темпи соціально-економічного розвитку України. Зокрема це забезпечить:

- зростання зайнятості населення;

- ефективність використання виробничих потужностей;

- помірну інфляцію та економічну обґрунтованість цін та тарифів;

- зростання продуктивності та оплати праці;

- урівноважений платіжний баланс.

Більше того, змішана економічна система значною мірою ґрунтується на тому, що поєднує в собі позитивні сторони приватної, колективної та державної власності, ринкових механізмів і державного регулювання, ринкових і централізованих методів розподілу доходів, приватних, колективних і суспільних інтересів, адміністративних, правових і економічних важелів управління народним господарством. Соціальною базою побудови такої економіки повинен стати середній клас.

1. Будаговська С., Кілієвич О. Мікроекономіка і макроекономіка: Підручник для студентів екон. спец. закл. освіти: у 2 ч. – К: «Основи», 2001. – 517 с.

2. Экономикс: принципы, проблемы и политика: Пер. с 13-го англ. изд. — М.: ИНФРА-М, 1999. - XXXIV, 974 с.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МЕРЕЖЕВИХ ЗЛОЧИННИХ ОРГАНІЗАЦІЙ У КОНТЕКСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ

Інформаційна революція сприяє поширенню мережеских форм організації, які змінюють природу конфлікту та співробітництва. Мережі спонукають до глобальних змін у конкретних суспільних секторах, це зокрема, стосується запровадження «електронних урядів», «громадянських суспільств», «мережеских корпорацій», «мережеских війн» тощо. Термін «мережеска війна» акцентує увагу на поширенні мережеских конфліктів та злочинності як одних із визначальних явищ найближчих років та загрози безпеці на всіх рівнях.

Поширення мережеских форм і технологій пов'язують із виникненням нових ризиків та небезпек. Вони можуть використовуватися для поширення загроз свободі не тільки підприємницькому сектору, але й сфері приватного життя. Розробляються нові методи нагляду та стеження, стратегічно важливі складові національної безпеки – сфера енергетики, інформації, телекомунікацій, транспортна інфраструктура, бази даних та інформаційні системи у галузях фінансів та охорони здоров'я, стали ще більш вразливими для атак з боку комп'ютерних хакерів та кібертерористів.

Все зростаючий розрив між людьми які мають доступ до важливої цифрової інформації та рештою світу свідчить про появу ще одного виду соціальної нерівності, який тільки поглиблює світову диспропорцію між «інформаційно багатими» і «бідними» суспільствами. Проблема сягає аж до виникнення нових диктатур інформаційної епохи, які базуються на кваліфікованій експлуатації нових технологій з метою досягнення і утримання політичного контролю. Розповсюдженню мережеских війн також сприяють глобалізація та транснаціональна взаємодія всіх суб'єктів.

Організована злочинність все частіше діє через гнучкі мережескі структури, а не традиційні клани-ієрархії. Сучасні злочинні організації є скоріше мережами впливу, які об'єднують злочинців із представниками політичного та економічного істеблішменту. Ці моделі зв'язків і впливу є набагато важливіші за будь-як формальну структуру, бо дозволяють злочинцям максимізувати свої можливості. Не зважаючи на значну різноманітність внутрішніх форм мереж, злочинні мережі об'єднують такі характеристики:

1. Мережа може мати ядро організаторів, які її створили та нею керують (колумбійський кокаїновий картель) чи виникнути спонтанно для збільшення ефективності певного ринку (східно-азійська героїнова транзакційна мережа).

2. Розміри мережі: коливаються від малих (регіональних) (наприклад, угруповання ромів, які спеціалізуються на торгівлі наркотиками) до транснаціональних мереж різних видів незаконних товарів (наприклад, мережа, яка обертається навколо Семени Могилевича, який ще 2009 року був названий ФБР одним з десяти найбільш розшукуваних злочинців світу).

3. Мережі можуть бути високо структурованими і стійкими, або ж вільними, де члени можуть приходити і відходити залежно від конкретних потреб, можливостей і вимог. Тобто, можуть бути довготривалі міцні стосунки, які базуються на взаємній довірі, повазі та спільних інтересах, а можуть бути короткотермінові збіги інтересів (наприклад, компанії-прикриття).

4. Діяльність злочинних мереж може мати вузьку спеціалізацію (колумбійські та мексиканські норко картелі), а може мати досить широкий спектр незаконних продуктів чи протиправної діяльності (російські та китайські злочинні організації – наркоторгівля, крадені автомобілі, зброя, проституція, антикваріат, рідкісні тварини і рослини, вимагання, фінансове шахрайство).

Однозначно, не зважаючи на відмінні характеристики, злочинні мережі забезпечують злочинцям гнучкість, різноманітність, стійкість, невидимість для правоохоронців, тому мають значні переваги. Знання про їх особливості, слабкі сторони та специфіку роботи допоможе урядовим та правоохоронним відомствам ефективніше боротися із злочинними мережами.

ПРОБЛЕМИ ЕНЕРГОЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

За сучасних умов господарювання, при значному рівні імпортозалежності в енергетичних ресурсах українські підприємства стикаються із проблемами енергозабезпечення, які суттєво впливають на рівень конкурентоздатності їх продукції (послуг).

При цьому важливими є також проблеми раціонального використання наявних енергетичних ресурсів, підвищення рівнів енергетичної ефективності, енергетичної безпеки. Саме вирішення цих проблем є необхідною умовою для гармонійного економічного розвитку України за сучасних умов господарювання. Саме тому забезпечення усіх сфер економіки України різними видами енергії/палива є одним із найважливіших завдань економічної політики країни, необхідною умовою гармонійного розвитку. Тому комплементарність економічної та енергетичної політик сприятимуть гармонійному.

Важливим є ефективне регулювання ринку енергетичних продуктів України, сприяння його подальшому розвитку у поєднанні із удосконаленням продукції (послуг), взаємодія між її постачальниками/споживачами на цьому ринку. Одним із напрямків удосконалення енергоринку має виступати диверсифікування джерел палива/енергії, зокрема, у поєднанні з розвитком і стимулюванням енергетики з відновлюваних джерел енергії. Ще одним пріоритетним напрямком є енергоощадність (оскільки питомий обсяг суспільних витрат для запровадження енергозберігаючих технологій в 3-4 рази є меншим, від витрат для подальшого нарощування обсягів традиційних генерувальних потужностей). Формування енергетичної безпеки України неможливе без забезпечення послідовної, адекватної, виваженої політики ціноутворення [1].

Проблемною є також недосконала інфраструктура, яка стримує розвиток багатьох галузей, в том числі й енергетичної. І все це відбувається на фоні значного рівня державної зарегульованості, відсутності єдиної державної енергетичної політики, однозначного трактування термінів і т.д. та практичної відсутності ефективних саморегуляторів ринку енергетичних ресурсів, високий рівень корупції та непрозорості функціонування ринків енергетичних продуктів в Україні. Потенційними напрямками удосконалення структури енергобалансу України, вирішення існуючих проблем у сфері енергозабезпечення, що повинні реалізовуватися виступають наступні [2]: концентрування зусиль на державному рівні, рівні суб'єктів господарювання, домогосподарств щодо всебічного прискорення впровадження енергозберігаючої політики, вдосконалення структури балансів енергетичних носіїв кінцевого використання, диверсифікування енергетичних ресурсів та каналів їх постачання тощо.

Також, одним із перспективних напрямків розвитку енергозабезпечення та енергетичної системи України вцілому виступає євроінтеграційний вектор даної сфери. Для нашої держави підписання Угоди про асоціацію з ЄС є визначальним, важливим кроком. Перш за все, це сприятиме подальшому інтегруванню України у світовий економічний простір. Успішний процес інтегрування може бути забезпеченим лише шляхом позитивних зрушень, реформування структури національної економіки, в тому числі й енергозабезпечення.

1. Основні напрями диверсифікації імпорту енергетичних ресурсів країн-членів ЄС та заміщення їх нетрадиційними і поновлюваними джерелами енергії, 2015. [online] Доступно: <https://ua.energy/wp-content/uploads/2018/01/3.-Dyversyfik_energetych_resursiv.pdf>

2. Бунь Р.А., Шпак Н.О. Інформаційні технології формування кадастру емісій парникових газів Львівщини. Львів: Видавничий дім «Укрпол». 2010, 272 с.

ЕКОНОМІЧНІ ПИТАННЯ РЕГУЛЮВАННЯ БЕЗПЕКИ АВІАЦІЇ

Основна проблема, що лежить в основі забезпечення безпеки авіації – це як найкраще розподілити обмежені ресурси, щоб знизити до прийняттого рівня ймовірність атаки на цивільну авіацію. Економічні питання дефіциту потрібних ресурсів має два важливих значення. По-перше, ресурси, присвячені оборонній діяльності будь-якого виду (включаючи авіаційну безпеку), безпосередньо не підвищують економічний добробут (скоріше такі заходи знижують загальний добробут). Коли ми змушені витратити ресурси, щоб захистити себе, ми скорочуємо ресурси, доступні для інвестицій у капітальні товари та технології, а також для виробництва та споживання товарів та послуг. По-друге, враховуючи обмежений бюджет, що виділяється на загальну діяльність національної оборони, ресурси, присвячені авіаційній безпеці, являють собою скорочення ресурсів, доступних для захисту не авіаційних сфер.

За останні роки 50 торгівля, технології та економічне зростання створили епоху глобалізації, в якій добробут людей, фірм та країн стає все більш взаємопов'язаним. У цей період цивільна авіація перетворилася в більш конкурентоспроможну світову галузь, в якій приватні авіакомпанії та аеропорти змагаються із державними колегами. Також важливе місце займає боротьба та унеможливлення терористичних актів в авіації. Події, які відбулися 11 вересня 2001 р. в США на сьогодні залишаються найбільшою і шокуючою реалізацією постійно зростаючої загрози терактів проти авіації. Зокрема, напади продемонстрували, як цивільні літальні апарати можуть використовуватися як зброя для вбивства великої кількості мирного населення. Ця атака показала наскільки система цивільної авіації є вразливою, що спонукало весь світ здійснювати зміни у системі захисту даної сфери та збільшити фінансування авіаційної безпеки. Починаючи з 2001 року, уряди країн світу створили нові організації для впровадження систем безпеки аеропорту, які отримали значні інвестиції як в технології, так і в підготовку персоналу з безпеки. Завдяки всім цим змінам та збільшенню витрат на безпеку, аеропорти та авіакомпанії зіткнулися з новими проблемами в управлінні пропускною спроможністю пасажирів, мінімізуючи затримки та негативний досвід пасажирів внаслідок підвищеного рівня безпеки [1].

Якщо не будуть внесені суттєві зміни, грошові та економічні витрати діючої системи безпеки авіації, ймовірно, досягнуть нестійких рівнів протягом наступних 15–20 років, оскільки кількість авіапелерьотів та авіап перевезень вантажів продовжуватиме зростати. Прогнозується, що кількість повітряних пасажирів зросте із середньорічною швидкістю від 4,2 % до 4,7 % до 2033 р. Дослідження, проведене Європейською Комісією, підрахувало, що у 2002 р. загальні витрати Європи на авіаційну безпеку становили 2,7 млрд дол., а у 2011 р. становили вже 7,6 млрд дол. [2].

Не зважаючи на те, що обсяг фінансування авіаційної безпеки після подій 2001 р. значно збільшився по всьому світу, порівняти ці показники дуже складно, оскільки на жаль немає прозорості стосовно того, скільки саме уряди країн витрачають на авіаційну безпеку за рахунок загальних податкових надходжень і скільки авіапасажири та авіакомпанії платять за авіаційну безпеку (відрахування у вигляді спеціальних податків і зборів). Тобто економічні питання забезпечення безпеки авіаційної галузі все ще залишаються відкритими та потребують значних вивчення.

1. Gillena D., Morrisonb W. G. *Aviation security: Costing, pricing, finance and performance. Journal of Air Transport Management. Vol. 48, 2015, P. 1-12.*

2. *Офіційний веб-сайт Європейської комісії [Електронний ресурс]. Режим доступу : https://ec.europa.eu/info/index_en*

СУЧАСНА ПАРАДИГМА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

Сучасному стану національної економіки властивим є вразливість та незахищеність від впливу певних ризиків та загроз, що спричинене певними об'єктивними та суб'єктивними чинниками, зокрема: фінансово-економічною кризою, політичною нестабільністю, монополізацією ринків, високим рівнем економічної злочинності, низьким рівнем бізнес-культури, недовірою до державних інституцій.

Законом України «Про Національну безпеку України», визначено, що національна безпека України – захищеність державного суверенітету, територіальної цілісності, демократичного конституційного ладу та інших національних інтересів України від реальних та потенційних загроз [1]. Оскільки, цим нормативно-правовим актом національні інтереси України трактовано, як : « ... життєво важливі інтереси людини, суспільства і держави, реалізація яких забезпечує державний суверенітет України, її прогресивний демократичний розвиток, а також безпечні умови життєдіяльності і добробут її громадян» [1], можемо стверджувати що забезпечення стійкого розвитку національної економіки на усіх її рівнях й здатність протидіяти будь-яким загрозам виступає предметом національної безпеки, а, отже, економічна безпека є складовою національної безпеки.

Економічна безпека – це стан національної економіки, який дає змогу зберігати стійкість до внутрішніх та зовнішніх загроз, забезпечувати високу конкурентоспроможність у світовому економічному середовищі і характеризує здатність національної економіки до сталого та збалансованого зростання [2].

В наукових колах [3] домінують чотири концептуальні підходи до трактування сутності економічної безпеки:

- 1) економічна безпека, як механізм протидії екзогенним та ендогенним ризикам з метою забезпечення стійкого економічного розвитку;
- 2) економічна безпека, як інструмент гарантування економічної свободи будь-якому суб'єкту з метою його перманентного розвитку;
- 3) економічна безпека, як спосіб забезпечення конкурентного розвитку та утвердження національної економіки;
- 4) економічна безпека, як система захисту національних інтересів.

Ключовими ризиками економічній безпеці виступають:

- 1) критичне гальмування економічного розвитку України та погіршення основних макроекономічних показників (макроекономічне розбалансування за головними показниками);
- 2) згортання промислового виробництва;
- 3) зниження економічної активності, насамперед інвестиційної;
- 4) погіршення добробуту населення (домогосподарств) та зростання рівня безробіття;
- 5) посилення боргового тиску, насамперед, у державному секторі;
- 6) підвищення тінізації економічної діяльності [4].

Україна, створюючи систему національної безпеки, адаптовану до міжнародних вимог, прагне брати активну участь в універсальній регіональній, європейській та глобальній системі безпеки на усіх стадіях цього процесу – від розробки концепції до участі в конкретних спільних діях. У разі відходу від інтеграції Україна може опинитися поза цим процесом і це означатиме самоусунення від загальноєвропейських процесів і небезпеку ізоляції, а ціна неінтеграції може виявитися набагато вищою від ціни інтеграції. Натомість європейська інтеграція України означатиме зміцнення національної безпеки та сприятиме стабільності у відносинах з усіма сусідами [5, с. 82].

В умовах сьогодення відзначається волатильність ризиків та загроз економічній безпеці, що потребують певних протоколів оперативного реагування не лише на рівні підприємства, а й на макрорівні.

Задля реалізації уніфікованої політики гарантування економічної безпеки доцільно імплементувати регламентований механізм забезпечення економічної безпеки (на кшталт «Доктрини економічної безпеки» [6]), метою виступатиме:

- визначення чіткого алгоритму взаємодії суспільних інституцій, з метою мінімізації загроз у коротко- та довгостроковій перспективі;
- формування сучасної моделі економічної безпеки на засадах прогнозування та наголосу на пріоритетних платформах економічного розвитку.

1. Про Національну безпеку України : Закон України від 21.06.2018 р., № 2469-VIII. Дата оновлення : 08.07.2018. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2469-19#n35> (дата звернення : 20.02.2020).

2. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо розрахунку рівня економічної безпеки України : Наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України № 1277 від 29.10.2013 р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1277731-13/> (дата звернення: 20.02.2020 р.).

3. Скорук О.В. Економічна безпека держави: сутність, складові елементи та проблеми забезпечення. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2016. Вип. 6 (3). С. 39-42.

4. Ризики і загрози економічній безпеці України у 2015-2016 рр. та механізми їх мінімізації. URL : http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/ruzuku_zagrozu1-bab4e.pdf (дата звернення: 22.02.2020 р.).

5. Аванесова Н. Е. Економічна безпека України в системі економічної безпеки Європейського Союзу. Вісник економіки транспорту і промисловості. № 56. 2016. С. 74-83.

6. Проект Доктрини економічної безпеки України. URL : <http://ecopomufund.org.ua/2019/02/26/%d0%bf%> (дата звернення: 22.02.2020 р.).

КЛІШКОВА О. І., КЛІШКОВ І. Р.

Львівський навчально-науковий інститут Державного вищого навчального закладу «Університет банківської справи»

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ КОДЕКСУ КОРПОРАТИВНОЇ ЕТИКИ

Основи корпоративного управління на сучасному етапі розвитку економічної системи балансують у визначенні рівня соціальної відповідальності у межах паралелей понять «бізнес» та «етика». Знаходження рівноваги чи формування паритету між цими поняттями, забезпечувало не тільки мотивацію до продуктивної праці, але й ефективність діяльності бізнес-структури.

У поточній економічній ситуації, в момент динамічних змін, що відбуваються в бізнес-середовищі, всі стратегічні плани і бізнес-моделі часто втрачають свою привабливість внаслідок втрати чи не використання методів формування «корпоративного духу», що становитиме внутрішню конкурентну перевагу.

Таким чином прогресивний топ-менеджмент повинен сприяти розвитку креативного мислення, що забезпечить прийняття нестандартних, точних та раціональних рішень, що максимально скоротять час та втрату ресурсів для досягнення мети.

Розумне та відповідальне управління наявними людськими ресурсами, доступними для підприємця, повинно здійснюватися таким чином, щоб не послабити підприємство та стати надійним фундаментом для подальших дій у ринковому середовищі.

Відсутність рішень і навичок персоналу створює і створює проблемні ситуації та «вузькі» місця через неетичну поведінку в компанії та несумлінне виконання службових обов'язків, що знижує ефективність та призводить до виникнення незапланованих фінансових втрат.

Розглядаючи питання, пов'язані з етичним аспектом управління бізнесом, варто додатково зупинитись на дефініції поняття «етика». Етика - це сукупність моральних оцінок і норм, прийнятих в дану епоху та в соціальній спільноті або в її підгрупі [1]. Найпростіше визначення етики - це наука про моральні правила, які люди використовують при прийнятті рішень та сутність взаємин між людьми [2].

Дослідники цієї категорії розрізняють чотири рівні етичних проблем у бізнесі:

1. Рівень суспільства – полягає у створенні вищого рівня соціальної відповідальності, що полягатиме у формуванні платформи загальної суспільної корисності бізнесу.

2. Рівень зацікавлених сторін - стосується питань цілеспрямованої етики у відносинах із замовниками, постачальниками або акціонерами.

3. Рівень внутрішньої політики організації, що стосується питань, пов'язаних із типами трудових договорів. В них зазначено які обов'язки, рівні відповідальності можуть мати працівники. Сукупність принципів та правил організації.

4. Рівень особистісний. Визначається поведінковими характеристиками індивіда, Рівнем розвитку загального та емоційного інтелекту, формуванням та споживанням економічної культури мислення.

Створення універсальної моделі соціально-етичного бізнесу в межах глобальних економічних утворень, вимагає дотримання принципів універсальної моралі.

До принципів універсальної моралі належать: виконання обіцянок, повага до іншої особи, взаємна допомога, повага до майна, відмова від використання фізичної сили.

В кодексах корпоративної етики польських фірм існують положення, що стосуються:

- права людини;
- поведінка працівників на роботі;
- конфіденційність;
- дискримінація;
- мобінг;
- антикорупційні процедури;
- процедури порушення;
- ділове ставлення до місцевої громади;
- ділове ставлення до навколишнього середовища та його захист.

З метою створення додаткових конкурентних переваг, підприємці створюють етичні кодекси, а потім впроваджують їх у свою практику, шляхом адаптації внутрішніх документів до корпоративних вимог у вигляді створення орієнтиру для поведінки у складних, проблемних ситуаціях [3].

Метою створення та застосування кодексів етики є прозорість вимог до клієнта та співробітника. Кодекс етики призначений для запобігання конфлікту інтересів, крадіжкам, протидії зловживанням, які можуть виникнути на підприємствах. Найбільш поширеними є корупція або неналежне використання ресурсів підприємства [4].

Основними завданнями кодексу варто вважати:

–забезпечити розуміння співробітниками місії, цінностей і принципів роботи організації, а також усвідомлення своєї ролі в реалізації її стратегії розвитку;

–визначити стандарти етичної поведінки в роботі з клієнтами, діловими партнерами, акціонерами, державними органами і громадськістю;

–сформулювати принципи взаємовідносин всередині колективу;

–запобігати можливим порушенням і конфліктним ситуаціям;

–забезпечити належний рівень прозорості при здійсненні діяльності організації.

Для прикладу, Кодекс корпоративної етики більшості вітчизняних банківських установ складається з розділів [5].

1. Місія, бачення та цінності.

2. Загальні правила та принципи ділової поведінки.
3. Охорона праці та техніка безпеки.
4. Рівність у трудових відносинах.
5. Конфлікт інтересів.
6. Шахрайство.
7. Використання та захист ресурсів компанії.
8. Корупція.
9. Ділова гостинність та ділові подарунки.
10. Взаємовідносини з контрагентами.
11. Взаємовідносини з органами державної влади.
12. Інформаційна безпека.
13. Достовірний облік та звітність.
14. Запобігання відмиванню коштів і фінансуванню тероризму.
15. Політична та релігійна діяльність.
16. Довкілля.
17. Повідомлення про порушення кодексу.
18. Санкції за порушення кодексу.

Отже, основними цінностями та принципами компаній досягається високий рівень соціальної відповідальності перед всіма стейкхолдерами.

1. Eccles R., Newquist S., Schatz R., *Reputation and its risks. Harvard Business Review. 2007. C. 106.*
2. Rayner J. *Managing reputational risk, Wiley & Sons, Chichester 2003. C. 20.*
3. Клішкова О. І. *Значення креативності персоналу у формуванні корпоративної культури підприємства. Причорноморські економічні студії, 2018. № 26. С. 162-165.*
4. Van den Steen, E. *On the Origin of Shared Beliefs (and Corporate Culture). Journal of Economics. 2010. №. 4. p. 617- 648.*
5. Сайт «ПУМБ» URL : <https://www.pumb.ua/>.

КЛІШКОВА О. І.

Львівський навчально-науковий інститут Державного вищого навчального закладу «Університет банківської справи»

ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА: ПРАКТИЧНИЙ АСПЕКТ

Імідж - один з найважливіших нематеріальних ресурсів сучасних організацій. Це складова інтелектуального капіталу і головний генератор доданої вартості в економіці, заснований на знаннях.

Найважливішими його компонентами є: образ компанії який є основою реляційного (соціального) капіталу. Він трактується як результат свідомої чи несвідомої комунікативної діяльності компанії і є важливим інструментом впливу на ринок. Імідж формує цілісне враження про організацію, створене у свідомості оточення, його розглядають як складну структуру емоційно-функціональних елементів стейкхолдерів, створену як синтез їх попереднього досвіду, почуттів та переконань на тлі порівняння даної організації з конкурентами [1].

Імідж компанії формується думками про компанію, сформульованими як її внутрішніми зацікавленими сторонами, тобто працівниками, так і зовнішніми, тобто підрядниками, бізнес партнерами, установами, пов'язаними з організацією чи суспільством. Він складається з асоціацій, створених у відповідь на стимули, що надходять від підприємства до зацікавлених осіб [2].

Оскільки компанія відповідає потребам різних груп зацікавлених сторін, вона також може мати багато видів іміджів. Зацікавлені сторони оцінюють організацію через призму власного досвіду, цінностей та переваг. Акціонери та інвестори зацікавлені у її фінансових досягненнях, гарантіях зайнятості та безпеки на робочому місці та можливостях розвитку. У свою чергу, споживачі звертають увагу на якість продукції та послуг, їх доступність та ціну [3].

Отже, імідж підприємства є похідним від відношення зовнішніх і внутрішніх реципієнтів до даної організації. Він відображає його надійність, солідність, відповідальність та довіру до оточення. Солідність стосується очікувань клієнтів. Довіру оцінюють інвестори, партнери та кредитори. Співробітники зацікавлені в надійності, а місцева громада звертає увагу до відповідальності. Імідж компанії може бути правдивим або помилковим, оскільки він є результатом як окремих переживань, так і почутих чуток. Тому компанія не завжди має повний вплив на створення та еволюцію свого іміджу, який можна по-різному трактувати в залежності від поглядів різних груп зацікавлених сторін. Таке визначення передбачає існування двох рівнів корпоративного іміджу:

- функціональний (базується на асоціаціях пов'язаних з атрибутами, що безпосередньо доступні для сприйняття зацікавленими особами, наприклад, зовнішній вигляд компанії, одяг працівників);

- символічний - є наслідком процесів формування трактувань, висновків та приписування ознак підприємству, що не впливають безпосередньо із його специфіки, та прийнятої рекламної стратегії).

Отже імідж - це сукупність об'єктивних компонентів, що надають споживачеві інформацію про марку та товар, позначений нею, а також суб'єктивних, що базуються на емоціях, почуттях та асоціаціях. Це сукупний ефект поведінки організації та системи її візуальної ідентичності. Базуючись на визначенні слід виокремити основні функції іміджу (табл. 1)

Таблиця 1

Функції іміджу [3]

Функції	Характеристика
Функція ідентифікації	Імідж підкреслює характеристики компанії та привертає увагу до її емоційних та функціональних переваг, а також цінностей, які шукає певний клієнт
Функції активізації продаж	Імідж має можливість активізувати продаж поточних та нових товарів / послуг
Функція підтримки	Імідж полегшує прийняття рішень щодо покупок в умовах великої кількості конкуруючої продукції, асоціації пов'язані з ним є для споживача додатковою інформацією, вибірково оціненою та використовуваною для прийняття рішень
Функція мінімізації ризику	Імідж викликає асоціації, пов'язані з якістю товару / послуги, гарантією задоволеності покупкою, більшою безпекою і тим самим знижує рівень ризику купівлі та формує довіру клієнтів
Функція сегментації	Імідж відокремлює групу споживачів з ринку та забезпечує їм отримання цінностей, які не знаходяться в інших сегментах, тим самим впливаючи на їхні рішення щодо придбання
Функція стратегічна	Імідж задає напрямок маркетингової стратегії та полегшує вибір окремих інструментів з метою забезпечення її оптимального впливу на споживачів
Функція трансформаційна	Імідж забезпечується досвідом споживання продукту. Зв'язок перетворення відчуттів під впливом іміджу стає сильнішими і позитивнішим.
Функція символічна	Через імідж компанія набуває споживачів, які шукають атрибути, що визначають їхню особистість та особливість. Таким чином ці споживачі задовольняють потребу в належності, повазі та визнанні в групі, до якої вони належать або прагнуть

Наявність позитивного іміджу важлива як для працівників підприємства, так і для представників її оточення: імідж може формувати цінність інших компонентів інтелектуального капіталу. Коли це вигідно, він підвищує рівень задоволеності клієнтів та лояльності до компанії, приваблює інвесторів і полегшує укладення нових угод (споживачі частіше купують продукцію авторитетних компаній, інвестори готові вкладати в них свій капітал) [4].

Імідж, безперечно відіграє важливу роль на ринку праці для отримання цінного людського капіталу. Позитивний імідж сприяє підбору висококваліфікованих працівників, стимулює рівень мотивації та задоволеності роботою тих, хто вже працює.

Компанії із іміджем чесного роботодавця можуть наймати найталановитіших людей, мають меншу плинність кадрів та більш віддану команду працівників. Позитивне ставлення працівників та гордість за компанію з хорошою репутацією вони перетворюють на підвищення її ефективності і, отже, збільшують цінність людського капіталу. Тож хороший імідж допомагає досягти успіху та здобути конкурентну перевагу, тоді як негативний може призвести до краху організації.

Таким чином, усвідомлене сприйняття іміджу - це скоординована кампанія, що передбачає формальну систему комунікацій, включаючи рекламу та діяльність з громадськістю.

1. *Alvesson M Organization: From Substance to Image?. Organizational Studies. 1990. № 11, s. 373-394.*

2. *Altkorn J. Wizerunek firmy. WSB w Dąbrowie Górniczej, Dąbrowa. 2004, s. 15.*

3. *Zawadzka A.M. Psychologia zarządzania w organizacji, PWN. Warszawa. 2010, s. 203-207.*

4. *Kasiewicz S., Rogowski W., Kicińska M, Kapitał intelektualny. Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2006, s. 83-90.*

5. *Budzyński W. Wizerunek firmy, kreowanie, zarządzanie, efekty, Poltext, Warszawa 2002.s. 19-20.*

КОМАРИНЕЦЬ С.О., БІДЮК Л.В.

Національний університет «Львівська політехніка»

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ НАВЧАННЯ ПЕРСОНАЛУ

Висока конкуренція на ринку праці спричиняє високі вимоги до відповідності професійних навичок персоналу, тому значна роль приділяється підвищенню кваліфікації працівників. Хоча на деяких підприємствах програми розвитку і навчання персоналу проводяться спонтанно і не відповідають цілям і завданням, проте багато суб'єктів господарювання уважно розробляють програми розвитку персоналу і досягають кращих результатів.

Під професійним навчанням розуміють процес передачі спеціальних навичок і знань працівникам організації. Також, воно спрямоване на передання сучасної інформації про організацію, розуміння її перспектив, стратегії розвитку, підвищення мотивації праці.

Метою професійного навчання кадрів є:

- досягнення необхідного рівня кваліфікації працівників організації;
- створення сприятливих умов для самореалізації працівників;
- підвищення конкурентоспроможності організації.

Виділяються наступні основні етапи професійного навчання персоналу:

1. Аналіз умінь, які потрібні працівнику і тих, які працівник має на цей час.
2. Розробка програм, вибір викладачів, підбір форм, тривалості навчання та критеріїв оцінки отриманих результатів [1].

Для кращого організування навчання персоналу застосовують конкретні форми навчання (види взаємодії учнів з викладачами в межах різних видів занять). Їх можна умовно розділити на 2 групи: навчання на робочому місці та поза його межами.

Основними методами навчання на робочому місці є:

- делегування повноважень,
- ротація (тобто переведення на нову посаду для отримання додаткового досвіду),
- метод «buddying» (менеджер і підлеглий на одному рівні дають один одному поради: менеджер – конкретні вказівки, співробітник – радить, як покращити процес управління і зробити його більш ефективним),

• «action learning» (поєднання аналізу ситуації та встановлення цілей і способів їх досягнення в реальному часі),

- менторство – передача не тільки загальної інформації, а й індивідуальних методів, власного досвіду тощо.

До методів навчання поза роботою належать:

- моделювання,
- ділові ігри,
- тренінги,
- «case-study» (обговорення реальних проблем і пошук варіантів їх вирішення),
- дистанційне навчання (за допомогою мережі Internet).

Отже, організація ефективного та правильного навчання працівників є важливим чинником вдалої діяльності організації. У сучасному світі, окрім традиційних, з'явилося багато нових більш цікавих і продуктивних методів розвитку персоналу. А ініціювання їх впровадження і розвитку на підприємстві безперечно свідчить про його сталий розвиток. Такий суб'єкт господарювання має більше шансів бути успішним в майбутньому.

1. Босак О. В. Професійне навчання персоналу як фактор розвитку людських ресурсів організації / О. В. Босак // Управління людським потенціалом. – Київ. – 2012. - № 3. – С. 320-323.

КОМАРИНЕЦЬ С.О., ДАВИДЕНКО Л.С.

Національний університет «Львівська політехніка»

ПРОБЛЕМИ БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

В Україні рівень банківського кредитування приватного підприємницького сектору критично низький та неконкурентний щодо інших країн. У 2018 р. такі кредити (domestic credit to private sector by banks) в Україні склали лише 27,7 %, що майже вчетверо нижче за середньоєвропейський (93,2 %) рівень, та, зокрема, майже вдвічі менше ніж в Польщі [1]. Станом на кінець 2019 р. вартісні обсяги банківських кредитів приватним підприємствам склали 683 млрд грн, що є найменшим обсягом за останні сім років, а їх обсяги знижувались упродовж усього року. Половина цих кредитів короткострокові (до 1 року), майже третина (29%) – середньострокові, і лише 19% - довгострокові [2]. При цьому більшість таких кредитів не спрямовуються на фінансування капітальних інвестицій, тобто слабо сприяють модернізації та технологічному оновленню підприємств. Так, у 2019 р. лише 41 млрд грн капітальних інвестицій було профінансовано за рахунок банківських кредитів та інших позик (що становить лише 7% від усіх капітальних інвестицій (584,5 млрд грн) та лише 5,5% від обсягу залучених банківських кредитів – 683 млрд. грн.) [3].

Недокредитованість національного підприємницького сектору обумовлюється проблемами, пов'язаними як з функціонуванням банківського сектору, так і особливостями здійснення підприємницької діяльності. Спроби держави розірвати це замкнене коло «банкам не вигідно кредитувати підприємства – а підприємствам не вигідно використовувати кредити у своїй діяльності» загалом не дають належного результату, хоча і залишається одними з пріоритетних в економічній політиці [4, 5, 6].

Серед проблем, що дестимулюють банки виконувати свою головну функцію – кредитування реального сектору та підприємницької діяльності можна виділити:

- високу ціну залучення банками капіталу для спрямування його на кредитування, яка з урахуванням прибутковості формує високі відсотки за кредитами. Йдеться про високий рівень облікової ставки при залученні коштів комерційними банками у НБУ та високими ставками за депозитами при залученні коштів у населення та підприємств;

- достатньо жорсткі нормативні вимоги НБУ до комерційних банків стосовно формування резервів, процедур формування та повернення застави;

- високі ризики повернення кредитів через нестабільність діяльності підприємств, їх платоспроможності, рентабельності та можливостей обслуговувати кредити. На сьогодні все ще високий рівень непрацюючих кредитів;

- складність процедур банкрутств та захисту прав кредиторів, передусім банків;

- низький рівень довіри до НБУ після «шокового банкопаду» та очищення банківського сектору упродовж 2015-2017 рр.;

- наявність та доступність високодохідних та низькоризикових інструментів для інвестицій банківського капіталу (зокрема, ощадні сертифікати, внутрішні та зовнішні державні позики, операції з валютою, споживче кредитування фізичних осіб) [7];

- розбалансованість банківської системи в якій домінуючі позиції займають державні банки (Ощадбанк, Приватбанк, Укресімбанк), що впливає на конкуренцію, доступ до рефінансування та інші аспекти діяльності комерційних банків;

- високий рівень тінізації економіки, що ускладнює можливості оцінки кредитних ризиків, формування адекватної кредитної історії та ін.;

- слабка структурованість підприємницького сектору як у галузевому розрізі, так і за розміром бізнесу, що мають різну потребу у банківських кредитах та можливостях їх обслуговування. Підприємницький сектор України включає 356 тис підприємств, з яких 339 тис. це малі підприємства, 16,5 тис – середні та 446 великі підприємства. Більш як чверть (26%) підприємств займається торгівлею, 14% - сільським господарством, 12,5 % - промисловим виробництвом, 10% - операціями з нерухомістю [8];

- розвиток альтернативних каналів залучення капіталу з використанням можливостей цифрової економіки та сучасних технологій (краудфандинг, електронні гроші, цифрові валюти).

З боку підприємств виділяють такі проблеми залучення банківських кредитів для фінансування підприємницької діяльності:

- критично висока ціна обслуговування банківських кредитів, яка в умовах низької рентабельності та стабільності економічно не вигідна підприємствам;

- надмірний регуляторний тиск, що також обмежує прибутковість бізнесу та можливості обслуговування кредитів;

- висока монополізація багатьох ринків, яка обмежує конкуренцію та формує значні неофіційні канали фінансування підприємницької діяльності;

- недостатня підтримка та врахування потреб малого та середнього бізнесу як найчисленніших клієнтів банків по кредитуванню;

- домінування торговельної та посередницької діяльності, яка потребує менше капіталу, а отже, кредитів для започаткування та ведення бізнесу;

- низька платоспроможність та обмеженість внутрішнього ринку збуту товарів і послуг, слабка перспективи росту в умовах високої трудової міграції та ін.

Загалом має місце значний дисбаланс між створення державою умов для стимулювання банків до кредитування (захищення їх прав, зниження облікової ставки НБУ, послаблення банківського нагляду та ін.) та розширенням підтримки бізнесу через здешевлення кредитів, розширення альтернативних каналів фінансування підприємницької діяльності, зниження тиску на бізнес, боротьба з монополіями. Вирішення зазначених проблем потребує збалансованої державної грошово-кредитної та підприємницької політики, яка враховувати інтереси та потреби усіх учасників та ґрунтуватиметься на засадах та можливостях цифрової економіки.

1. *Domestic credit to private sector by banks (% of GDP)*. Worldbank. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://data.worldbank.org/indicator/FS.AST.PRVT.GD.ZS>

2. *Кредити, надані депозитними корпораціями (крім Національного банку України)*. НБУ. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/files/3.3-Loans.xlsx>

3. *Капітальні інвестиції за джерелами фінансування 2019 року*. Держстат України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/ibd/kindj/infin2019_u.htm

4. Стратегія розвитку фінансового сектору України до 2025 року. НБУ. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/news/all/strategiya-rozvitku-finansovogo-sektoru-ukrayini-do-2025-roku-7686>

5. Розвиток банківського кредитування господарюючих суб'єктів як умова забезпечення сталого економічного зростання в Україні. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/ekonomika/rozvitok-bankivskogo-kredituvannya-gospodaryuyuchikh-subektiv-yak-umova>

6. Про проблеми кредитування в Україні. Рішення Ради НБУ №1-рđ від 28.01.2020р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://bank.gov.ua/legislation/Decision_28012020_1-rd

7. Міфи і реальність кредитування в Україні. В.Фурман. Дзеркало тижня – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://dt.ua/finances/mifi-i-realnist-kredituvannya-v-ukrayini-338378_.html

8. Кількість суб'єктів великого, середнього, малого та мікро підприємництва за видами економічної діяльності у 2010-2018 роках. Держстат. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/fin/pssg/pssg_u/ksg_vsmm_ek_2010_2018_u.xlsx

КОМАРИНЕЦЬ С.О., ДАНИЛЮК Ю.В.

Національний університет «Львівська політехніка»

ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ

Термін «корпоративна культура» вперше вжито німецьким фельдмаршалом Мольтке у XIX ст. для визначення відносин в офіцерському середовищі. У другій половині XX ст. почали з'являтися перші чіткі визначення культури організації. Поняття «корпоративна культура» охоплює явища духовного й матеріального життя колективу, а саме: моральні норми та цінності, що домінують у ньому, кодекс поведінки, ритуали тощо.

В Україні до проблеми корпоративної культури у 90-ті рр. XX ст. звернулися менеджери, соціологи, психологи, фахівці із загальної культурології, менеджменту. Серед них можна назвати М.Й. Дмитренка, Г.А. Колеснікова, О.П. Єгоршина та інших.

На підприємствах з низьким рівнем розвитку корпоративної культури існує ціла низка проблем: заборгованість у виплатах заробітної плати, соціально-трудова конфлікти, низька продуктивність праці, формальні колективні договори між адміністрацією та профспілкою, невдоволення працівників стосунками з керівництвом, розбіжності між проголошеними цілями і їх фактичною реалізацією тощо.

Недоліки і проблеми формування корпоративної культури негативно відбиваються на мотивації персоналу до ефективної праці, стані соціально-трудова відносин, формуванні соціального капіталу, що, у свою чергу, стає однією з відчутних перешкод у забезпеченні ефективної діяльності підприємств [1, с. 353].

Варто виокремити кілька конкретних дій, які можуть стати поштовхом до ефективного впровадження корпоративної культури: турбота про інтереси колективу, відповідальність за його діяльність, чемність та етика керівництва, справедливість відносно розподілу матеріального заохочення серед працівників компанії з урахуванням трудового внеску, відкритість та прозорість дій керівництва щодо діяльності колективу та матеріальних заохочень, сприятливий мікроклімат в колективі, мінімізація ділових конфліктів, згуртованість колективу, відданість загальній справі, перевага колективних інтересів порівняно з власними, дотримання працівниками ділового етикету, їх грамотність та відповідальність. Варто також прагнути до відносної стабільності кадрів, збільшувати кількість корпоративних заходів за рік, а також рівень соціальної відповідальності керівництва.

Звичайно, що є підприємства з уже розвиненою корпоративною культурою, а є й такі, які знаходяться тільки на етапі її зародження. Проте варто зауважити, що її наявність і високий

рівень є однією з чи не найважливіших складових успіху підприємства. Тому в перспективі розвиток цієї складової є неминучим.

Отже, корпоративна культура є одним із найбільш ефективних інструментів управління організацією, що визначає стабільність і успіх компанії. Вона підвищує ефективність і зміцнює стабільність компанії, формує стиль управління командою, визначає ставлення співробітників до роботи та їх задоволеність нею. Звісно, що як і будь-яке явище, корпоративна культура має свої проблеми і недоліки, проте правильне її впровадження однозначно означатиме позитивний результат для підприємства.

1. Семикіна М.В. Феномен корпоративної культури в системі соціальних важелів якісного розвитку трудового потенціалу / М.В. Семикіна // Управління економікою: теорія та практика. Другі Чумаченківські читання: збірник наукових праць / НАН України, Інститут економіки промисловості; Донецьк, 2013. – С. 343-353.

КОМАРИНЕЦЬ С.О., ЗИНИЧ Л.В.
Національний університет «Львівська Політехніка»

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ

Персонал є головною ланкою виробничого процесу на підприємстві. Проблеми розвитку персоналу зумовлені складними процесами, що виникають в політичній, економічній та соціальних сферах. Для їх вирішення потрібно застосовувати комплексний підхід з врахуванням особливостей діяльності кожного підприємства. Сьогодні все більше підприємств беруть до уваги людський фактор під час розроблення цілей та систем винагороди працівників.

В умовах ринкової економіки навчання та управління персоналом є однією з найбільш важливих сфер діяльності організації. Створення підприємств різних форм власності, конкуренція, зміна принципів функціонування економіки, технологічні зміни у виробництві зумовили істотну зміну ролі людських ресурсів. Сучасний працівник повинен мати стратегічне бачення перспектив розвитку організації, а також широку ерудицію, що вимагає безперервного розвитку, тобто участі у різних заходах, що сприяють розкриттю потенціалу працівників.

Більшість вчених, які вивчають різні аспекти розвитку персоналу, враховують чинники внутрішнього середовища підприємства, обмежуючись процесами, що відбуваються на підприємстві. В цьому випадку розглядаються наступні напрямки розвитку персоналу:

- особистісний розвиток формування системи цінностей, психологічний розвиток, фізіологічний розвиток;

- соціальний розвиток: підвищення соціального статусу, просування по службі;

- професійний розвиток: набуття знань, умінь, навичок: підвищення кваліфікації.

Проте, існує ряд чинників, що перешкоджають організації навчання персоналу. По-перше, керівники часто неохоче вкладають кошти в дану сферу. Оскільки, результативність даних інвестицій складно оцінити як із кількісної, так і з якісної точок зору, тоді як розрахувати витрати відносно легко. По-друге, треба так організувати процес навчання персоналу, щоб отримати реальні результати, тобто покращити показники діяльності підприємства в цілому. Програма навчання повинна бути пов'язана з потребами, що виникають у конкретних випадках. При цьому актуальним стає питання вибору форм і методів навчання. Методи навчання в організації є: індивідуальні (інструктаж, наставництво, самонавчання, метод ускладнених завдань), групові (лекції, ділові ігри, обговорення практичних ситуацій) та тренінги.

Дедалі більшої популярності набувають технології навчання, які розвивають різні форми активної діяльності. Підприємства розробляють особливий спектр технологій, які неможливо повторити конкурентами чи знайти в Інтернеті. Світовий досвід у сфері навчання і розвитку персоналу свідчить про те, що неформальні методи посідають важливе місце у комбінованому навчанні розвитку персоналу, яке вважається одним із найбільш дієвих підходів.

Сучасними, важливими і дієвими методами розвитку персоналу, які потрібно впроваджувати на підприємстві є: micro-learning – подача матеріалу невеликими блоками та закріплення його мікро завданнями; коучинг – безперервний процес співробітництва у процесі навчання; e-learning – основна діяльність пов'язана з дистанційним навчанням через комп'ютерні системи; shadowing – метод для навчання нових працівників, який дає можливість побути тінню співробітника та отримати уявлення про обрану ним роботу.

Отже, сучасні підприємства відмовляються від традиційних методів навчання персоналу. Збільшується залученість топ-менеджменту до навчання персоналу, формуються методи на основі наставництва та зростає роль індивідуального навчання. Це допомагає розвивати та навчати персонал компаній, тим самим збільшуючи ефективність самих підприємств. Розвиток освітньої галузі працівників здійснюється з метою вдосконалення ефективного соціально-економічного розвитку підприємництва в Україні.

КОМАРИНЕЦЬ С.О., КОЦАН С.В.

Національний університет «Львівська Політехніка»

ПРОБЛЕМИ РЕФОРМУВАННЯ ПОШТОВОГО СЕКТОРУ В УКРАЇНІ НА ПРИКЛАДІ ПАТ «УКРПОШТА»

ПАТ «Укрпошта» є третім роботодавцем України (73 тисячі співробітників). У її складі 11 700 поштових відділень, понад 1 млн м² приміщень. Надає близько 50 видів послуг. Забезпечує доставку близько 200 мільйонів поштових відправлень. Фінансові послуги станом на 2017 р. становлять 46 % загальних доходів суб'єкта-лідера в Україні з доставки пенсій, рахунків і прийняття платежів. Водночас, підприємство щороку втрачає значну частину клієнтів через те, що не має можливості надавати ці послуги якісно і, на відміну від банків, працює лише з готівкою. Частка на ринку посилок скоротилася до майже 20 %, але воно разом із «Новою поштою» займає топ-позиції на ринку доставки та електронної комерції України.

Основна мета реформування підприємства – перетворення на сучасну компанію, лідера ринку поштових послуг; ефективного, прозорого, прибуткового оператора; самостійну, бездотаційну бізнес-структуру, яка зможе, з одного боку, надавати увесь комплекс поштових послуг, з іншого, мати сучасну та самостійну бізнес-модель. З цією метою у 2017 році відбулася корпоратизація державного підприємства у публічне акціонерне товариство, в якому сто відсотків акцій належать державі. Для покращення роботи підприємства на законодавчому рівні потрібно прийняти закони України про можливість для ПАТ «Укрпошти» відкривати банківські рахунки для громадян і реалізовувати непотрібну для підприємства нерухомість.

Розвиток цивілізованого суспільства характеризує процес стрімкої інформатизації на основі сучасних технологій і засобів інформаційного обміну. Людство активно переводить свою діяльність у віртуальний світ і застосовує он-лайн режими. «Відстежити своє відправлення» – діюча на сьогодні функція, яка буде закладена і у нові сервіси. Підприємство планує впровадити ексклюзивну національну платформу «mWallet» – мобільний додаток з функціями платіжних інструментів: національних і міжнародних платіжних карток, електронних грошей тощо. Він об'єднає в одному місці усі потрібні допоміжні інструменти, якими користується людина щодня і дозволить здійснювати платежі, переглядати баланс, переказувати кошти на рахунки банків, поповнювати мобільний рахунок, оплатити комунальні послуги. Максимальне використання сучасних телекомунікаційних та ІТ-технологій дозволить збільшити ефективність роботи підприємства. Так у 2019 році в Чернігівській області стартував пілотний проект – мобільне відділення, мета якого надавати мешканцям сіл якісні послуги.

Основними перевагами роботи ПАТ «Укрпошти» є те, що підприємство, по-перше, працює навіть там, де не працює жоден банк, та представлено в усіх куточках країни. По-друге, гарантія надійності, оскільки це державне підприємство, котре існує на ринку багато років і має великий досвід надання поштових та фінансових послуг. За будь-якої складної економічної

ситуації в країні воно завжди забезпечувало своєчасне та надійне отримання пенсій та грошових переказів. На сьогодні ПАТ «Укрпошта» працює над розширенням системи грошових переказів національних та міжнародних систем. У проекті створення на основі підприємства поштового банку, першим кроком до якого є реальне впровадження інноваційних продуктів (мобільного банкінгу, мережі платіжних терміналів самообслуговування), які допоможуть оцінити потенціал ринків і сформувати первинну клієнтську базу для подальшого розширення власних фінансових послуг.

Отже, ПАТ «Укрпошта» трансформується, модернізує поштові відділення, залучає професійні кадри, прагне надавати споживачам якісний сервіс. Пріоритетними для підприємства залишається досягнення потрібних для споживача цілей – високої якості обслуговування, надійності та швидкості доставки.

КОМАРИНЕЦЬ С.О., ЛІЩУК Д.О.

Національний університет «Львівська політехніка»

ПЕРСПЕКТИВИ ВІДРОДЖЕННЯ НАФТО ТА ГАЗОВИДОБУВНИХ ГАЛУЗЕЙ В УКРАЇНІ

Україна багата на енергоресурси: територія держави складає 0,4% від території світу, тоді як запаси надр складають 5% від світових. На території країни відкрито, близько 126 нафтових родовищ, які розташовані в трьох геологічних регіонах у десяти областях. Тобто Україна має достатню кількість природних запасів нафти та газу для того, щоб бути енергетично незалежною. Проте слід врахувати зміни останніх років, коли Донецький та Кримський нафтогазозносні регіони не можуть експлуатуватись державою. На даний момент перше місце за видобутком нафти належить Лівобережній частині України. Тут добувають більше половини загального обсягу вітчизняної нафти. Друге місце посідає Прикарпатський нафтогазовий район. На даний час масштаби видобутку нафти невеликі через виснаження запасів і недостатнє проведення розвідувальних робіт.

Більшу частку ринку України з видобутку та переробки нафти і газу займають державні компанії такі як «Нафтогаз» та «Укрнафта». Проте видобуток нафти та газу ними помітно знизився за останні роки, головною причиною цього ймовірно є те, що більшість їх свердловин виснажені, а розвідувальні роботи мало фінансовані через відсутність результатів. Приватні нафто та газовидобувні компанії, такі як «ДТЕК Нафтогаз» та «Burisma Holdings» займають меншу частку ринку, проте демонструють тенденцію до збільшення показників видобутку.

Позитивний вплив на розвиток галузі можуть чинити останні зміни у законодавстві: зниження ставки ренти на видобуток газу з 29% до 12% та ухвалені Кабміном та Верховною Радою спрощені правила розробки нафтогазових родовищ, що зменшують кількість дозвільних документів та полегшують доступ до земельних ділянок. Ці фактори мають сприяти зацікавленості інвесторів щодо вкладання коштів у галузь. Проте також є низка негативних факторів, зокрема: низький розвиток техніки, недостатня кількість інформації щодо природнього розташування покладів та їх глибини та недосконале державне регулювання галузі.

Для України вигідним є власний видобуток нафти та газу. У випадку активного розвитку власного видобутку енергоносіїв та поступової відмови від їх імпорту країна не лише заощадить значні кошти, а й підвищить ефективність економіки, що дасть можливість створювати нові робочі місця та розвивати соціальну сферу. Державні витрати на збільшення видобутку нафти та природного газу будуть нижчими ніж витрати на закупівлю газу за кордоном, зокрема за рахунок реанімації ліквідованих свердловин, за допомогою вітчизняного методу буріння бокових стовбурів, що значно збільшить їх видобуток. Якщо спрямувати кошти, які витрачаються на закупівлю газу та нафти з-за кордону на закупівлю сировини власного виробника, то майже 85% з них повернуться державі у вигляді заробітної плати працівникам,

доходів виробництва матеріалів, хімічних реагентів і металу, необхідних для буріння нових свердловин, а також у вигляді прямих податків.

Нафто- та газовидобувна галузі в Україні на даний момент знаходяться у занедбаному стані. Висока корумпованість та технологічна застарілість не дає змоги повною мірою використовувати наявні запаси. Для подальшого розвитку галузей необхідні значні фінансові витрати та діяльність зі зміни правил на законодавчому рівні.

Отже, існують передумови для того, щоб Україна розвивала нафто та газовидобувну галузі. Звичайно, країні доведеться провести серйозні зміни у законодавстві, які б сприяли заохоченню до фінансування даних галузей з боку інвесторів. Також державі доведеться витрати значні кошти на модернізацію галузей, які на даний момент є помітно застарілими в технічному та технологічному плані.

КОМАРИНЕЦЬ С.О., ПАУК Н.І.

Національний університет «Львівська політехніка»

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВИРОБНИЦТВА З ПОНОВЛЮВАНИХ ДЖЕРЕЛ ЕНЕРГІЇ В УКРАЇНІ

Оскільки джерела традиційних енергетичних ресурсів є вичерпними, перед світовими державами постає завдання знайти нові нетрадиційні та відновлювані для збільшення безпеки і екологічності їх використання. В цілому, всі енергетичні потоки відновлюваних джерел енергії поділяються на дві основні групи:

- пряма енергія сонячного випромінювання;
- вторинні прояви сонячної енергії у вигляді енергії вітру, гідроенергії, теплової енергії оточуючого середовища, енергії біомаси тощо.

У 2003 році в Україні набув чинності закон «Про альтернативні джерела енергії», за яким альтернативні джерела енергії – це відновлювані джерела енергії, до яких належать енергія сонячна, вітрова, геотермальна, гідротермальна, аеротермальна, енергія хвиль та припливів, гідроенергія, енергія біомаси, газу з органічних відходів, газу каналізаційно-очисних станцій, біогазів, та вторинні енергетичні ресурси, до яких належать доменний та коксівний газ, газ метан дегазації вугільних родовищ, перетворення скидного енергопотенціалу технологічних процесів [1].

Відновлювана енергетика відіграє надзвичайно важливу роль у реалізації Україною стратегічних цілей в сфері енергетики. Також необхідно враховувати і потенціал, наявний у сфері енергоефективності, який, зокрема, можливо використати задля скорочення споживання природного газу.

Щоб продуктивно реалізувати державну енергетичну стратегію та Національний план дій з метою розвитку відновлювальної енергетики необхідно дотримуватись ряду кроків, а саме:

- раціонально оцінювати загальну територію України та її природно-економічний потенціал;
- використовувати отримані дані для вирішення конкретних задач та завдань енергозбереження ресурсів;
- прогнозувати можливості для розвитку альтернативної енергетики України.

Однією з найважливіших характеристик відновлювальних джерел енергії (ВДЕ) є їх енергетичний потенціал – показник, який визначає кількість енергії властиву відповідному виду ВДЕ. На сьогодні потенціал ВДЕ в Україні має тенденцію до щорічного зростання (проте у 2014 році був помічений спад, причиною якого стала втрата об'єктів енергетики у АР Крим та в зоні АТО). Станом на початок 2019 року встановлена потужність об'єктів ВДЕ в Україні, які працюють за «зеленим» тарифом склала 2240 МВт [2].

Сучасна політика держави на українському ринку ВДЕ є націленою на рівномірний розподіл ресурсів по території країни. Наразі країна співпрацює у цьому питанні з ЄС, зокрема

були підписані договори з Фінляндією, Данією, Словенією, Словаччиною. Варто зазначити, що є перелік негативних факторів, що стосуються ВДЕ, серед яких політичні ризики, нестабільність економіки, нестабільність, пов'язана з військовим конфліктом в державі, низький рівень захисту інвестицій.

Для України перехід на ВДЕ є шансом побудувати сильну економіку, підвищити безпеку та добробут громадян, сприяти вирішенню проблем змін клімату.

1. Закон України «Про альтернативні джерела енергії» від 20.02.2003 № 555-IV. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/555-15>

2. Розвиток відновлюваних джерел енергії в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://abc.in.ua/wp-content/uploads/2017/03/Rozvitok-VDE-v-Ukrai-ni.pdf>.

КОМАРИНЕЦЬ С.О., САВЧУК М.Ю.

Національний університет «Львівська політехніка»

РЕАЛІЗАЦІЯ МЕХАНІЗМУ ПУБЛІЧНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА НА СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЯХ В УКРАЇНІ

Сучасний рівень розвитку сільських територій в Україні низький і держава не спроможна в односторонньому порядку сприяти покращенню становища. Ситуація вимагає налагодженої співпраці між органами державної влади, місцевого самоврядування, сільськогосподарськими товаровиробниками та мешканцями на засадах публічно-приватного партнерства (ППП).

ППП є ефективним інструментом економічного і соціального розвитку на регіональному та місцевому рівні, засобом залучення коштів у проекти, де державні та місцеві органи влади намагаються зберегти контроль і налагодити співпрацю з інвесторами. Під час співробітництва між державою і підприємствами досягаються кращі техніко-економічні показники та результати господарювання, ефективніше використовуються державні ресурси і комунальне майно.

Сучасними актуальними сферами застосування механізму PPP для сільських територій України є пошук та розвідка родовищ корисних копалин і їх видобування; виробництво та впровадження енергозберігаючих технологій; будівництво та капітальний ремонт житлових будинків; збір, очищення та розподіл води; поводження з відходами; будівництво й експлуатація автомобільних доріг; використання туристично-рекреаційних ресурсів, управління пам'ятками архітектури й культурної спадщини.

З метою сприяння розвитку сільських територій проекти PPP необхідно реалізовувати в тих сферах, що потребують значних видатків: у сфері управління відходами – будівництво нових сортувальних станцій, що потребує значних інвестицій та спеціалізованих технологій; у галузі освіти та охорони здоров'я – укладання угод з приватними операторами на ремонт, утримання та управління школами, у медицині – автономізація державних та комунальних закладів охорони здоров'я та перехід до їх фінансування на базі оплати за медичні послуги створюють передумови для поглиблення співпраці між державою та приватним сектором.

Міжнародний досвід свідчить про ефективність застосування механізму PPP в туристичній галузі – укладання концесійних угод національними і регіональними парками, розташованими на сільських територіях. Відповідно й об'єкти, які знаходяться на території цих парків (заклади громадського харчування, магазини, зони відпочинку) можуть передаватись для управління приватній стороні. Приватний партнер зможе організувати регулярні виставки, впроваджувати освітні програми та нові технології, здійснювати реконструкцію об'єктів.

Виробництво сільськогосподарської продукції є основою продовольчої безпеки держави, та ключовою сферою, що впливає на розвиток сільських територій. Важливою проблемою є нерозвиненість інфраструктури аграрного ринку, що перешкоджає рухові продукції. Покращити ситуацію можна шляхом укладення договорів на підставі PPP з метою розбудови

інфраструктури ринку – побудова оптових ринків в межах сільських ОТГ, створення логістичних центрів для полегшення зв'язків оптового ринку з мережею супермаркетів.

Державна підтримка здійсненню проектів ППП може надаватися шляхом надання органом місцевого самоврядування гарантій; часткового фінансування проекту за кошти місцевого бюджету чи виплати приватному партнеру окремих платежів; придбання вироблених приватним партнером в межах договору про співробітництво товарів або послуг для потреб територіальної громади.

Отже, взаємодія держави та бізнесу може впливати не лише на зростання економічних показників регіону та його соціального добробуту, але й спричинити синергетичний ефект покращення добробуту нації в цілому.

КОМАРИНЕЦЬ С.О., ЯНКО К.В.

Національний університет «Львівська політехніка»

ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ВІДКРИТТЯ РИНКУ ЗЕМЛІ В УКРАЇНІ

Питання відкриття ринку землі в Україні є контраверсійним, має як прихильників (при задоволенні певних умов), так і противників. Мораторій на землю триває з 2001 року в якості тимчасового заходу для забезпечення врегулювання земельних відносин та створення інфраструктури ринку землі.

Європейський суд з прав людини вирішив, що мораторій на продаж землі, який діє в Україні, є порушенням одного з ключових прав людини – розпоряджатися приватною власністю. Відкриття ринку землі сприятиме розвитку економіки. За інформацією ЄБРР, заборона на вільний продаж селянами землі сільськогосподарського призначення гальмує економічне зростання України щорічно на 1% від валового внутрішнього продукту. Світовий банк прогнозує, що відкриття ринку землі дозволить збільшити ВВП України на 2% протягом наступних років.

Одним з найбільших побоювань українців є «захоплення» ринку як українськими агрохолдингами, так і іноземними компаніями на основі переваг купівельної спроможності відповідних суб'єктів. Діяльність «чорних» реєстраторів, які допомагають «продавати» землю без відома власників, виступає загрозою в сучасних умовах функціонування без перезавантаження судової системи і забезпечення прозорості роботи реєстраторів. Законодавча база, необхідна для захисту малого та середнього бізнесу в агросекторі відсутня: не визначена вартість землі і вартість її оренди, законодавчо не прописаний механізм контролю та відповідальності за нецільовим використанням угідь, не визначене покарання за виснаження ґрунтів.

13 листопада 2019 Верховна Рада у першому читанні проголосувала за проект закону №2178-10 щодо продажу сільськогосподарської землі. Згідно з пояснювальною запискою до проекту закону - з 01.10.2020 скасовується заборона на відчуження земель сільськогосподарського призначення усіх форм власності, купувати ділянки зможуть громадяни України, територіальні громади, держава, юридичні особи України, іноземні громадяни та особи без громадянства, якщо отримають землю у спадок, але вони зобов'язані відчужити ділянку протягом року; встановлюється мінімальна стартова ціна продажу земельних ділянок державної та комунальної власності на земельних торгах на рівні не нижче нормативної грошової оцінки.

Згідно із цими змінами за словами президента України право продавати і купувати землю матимуть лише українські громадяни та українські компанії, засновані виключно українськими громадянами. Іноземці і компанії, які мають серед засновників іноземців, отримають право

купувати українські земельні ділянки тільки у випадку, якщо на це буде дана згода народу України на всеукраїнському референдумі. Винятки стосуються тих «іноземців», які працюють в Україні не менше трьох років. Аграрні підприємства, власниками чи кінцевими бенефіціарами яких є іноземці та які працюють в Україні понад 3 роки і орендують землю, після набуття чинності закону зможуть купити землю, при чому матимуть переважне право на її покупку.

НБУ заявив про готовність банківської системи України до відкриття ринку землі і оцінив подію позитивно для банківської системи, оскільки з'явиться додатковий актив, який може виступати в якості забезпечення по кредитах. Проте ці кредити повинні бути доступними для українців.

Передбачено загрозу монополізації ринку землі. Запропоновано обмеження для продажу землі: 35% - в межах однієї ОТГ, 8% - в межах однієї області або Автономної Республіки Крим, 0,5% земель сільськогосподарського призначення України. Відтак, «в одні руки» можна буде купити більше 200 тис. га землі.

Отже, відкриття ринку землі має переваги, але несе ряд загроз для українських фермерів, селян та територіальних громад.

КОРОПЕЦЬ І. В.

Нікопольський економічний університет

ПРОЄКТ «PRIMEFISH» ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РИБНОГО ГОСПОДАРСТВА

В умовах євроінтеграційних процесів перед Україною гостріше постають питання конкурентоспроможності та рівня якості харчових продуктів. Що стосується продовольчих питань особливу роль займає саме рибне господарство, оскільки воно може забезпечити повноцінне здорове харчування населення будь-якої країни. Також розвиток та конкурентоспроможність рибного господарства тісно пов'язані з продовольчою безпекою [1]. Останні 10 років в Україні змінилася система планування і проведення структурних реформ задля підвищення рівня конкурентоспроможності рибного господарства, проте нам варто більш детально знайомитися та використовувати європейський досвід [2].

Незважаючи на те, що Європейський Союз є найбільшим рибним ринком у світі, його власні галузі рибного господарства й аквакультури все ще стикаються з жорсткою конкуренцією з-за кордону. Оскільки споживання риби в Європейському Союзі значно зростає, то відповідно збільшується частка імпорту риби, яка зараз складає 64 % ринку. Проєкт «PrimeFish», що фінансується Європейським Союзом, проводить широкомасштабний аналіз рибного ринку Європи, щоб виявити, чому рибна промисловість Європейського Союзу не може задовольнити зростання попиту. Щоб виконати дане завдання, учасники проєкту аналізують поведінку споживачів та тенденції на основних європейських рибних ринках. Для цього вивчають коливання цін, причини попиту на певні види риби та чому галузь не відповідає поточним очікуванням споживачів. В цілому проєкт сподівається сприяти підвищенню конкурентоспроможності рибної галузі шляхом вдосконалення стратегічного планування та розуміння ринків та споживчих уподобань.

Протягом перших двох років проєкт проводив дослідження тенденцій вживання риби в Європі. Дослідники встановили, що італійці та іспанці вибирають рибу за її свіжістю, німці стурбовані походженням риби, тоді як англійці вибирають готові до вживання або варені рибні продукти. Загалом, дослідження «PrimeFish» показали, що риба сприймається як здоровий вибір завдяки вмісту поживних речовин та зображенню калорійності. Але основними бар'єрами для споживання є такі фактори: ціна, наявність кісток та відсутність навичок приготування їжі. Проєктом було проведено глибокий аналіз двох основних рибних ринків Європи – Франції та Фінляндії. Він встановив, що типовий французький покупець, який обирає свіжого лосося – це здорова людина вищого класу, яка має вищу освіту, проживає в Парижі чи на півночі Франції.

А покупець замороженої білої риби, як правило – старший, нижче середнього класу та проживає на півдні Франції.

В рамках проекту «PrimeFish» здійснюється розробка нового програмного забезпечення, що призначене для підтримки даної галузі та осіб, які приймають рішення (мається на увазі особи, які безпосередньо задіяні в галузі). Система підтримки прийняття рішень PrimeFish (PrimeFish Decision Support System (DSS)) – це інструмент ринкової розвідки, який дозволить користувачам вводити свої дані та аналізувати їхні ринкові позиції. Одна з особливостей цього інструменту – «аналізатор конкурентної позиції», який допомагає користувачеві порівнювати себе зі своїми конкурентами у своєму секторі не лише в своїй країні, а й поза її межами. Користувачі зможуть оцінити свою ефективність та побачити середні результати роботи у своєму секторі, а також можуть бачити, де саме їм варто покращити свою діяльність. Інші функції підтримуватимуть компанії, пропонуючи інформацію про успішні та низькопродуктивні товари, а також прогнозуватимуть ціни та ризики відносно нових товарів. Також відбувається збір та аналіз основних характеристик успішного запуску продукції: інноваційна упаковка, маркування та рецептура [3].

Провідні користувачі (рибалки, виробники аквакультури та виробничі компанії) зможуть використовувати PrimeFish DSS для поліпшення розуміння функціонування їхніх ринків та визначення стратегічних планів майбутнього виробництва та інновацій, що, в свою чергу, зміцнить довгострокову життєздатність Європейського сектору рибальства та аквакультури. Це також піде на користь споживачам, що призведе до більш диверсифікованої європейської продукції морепродуктів, підвищеної доданої вартості, нових продуктів та покращеної інформації про походження, сертифікацію та медичні претензії [4].

Отже, в першу чергу, для України необхідно налагодити систему формування показників виробництва риби та рибної продукції з урахуванням досвіду дії системи збирання даних про рибне господарство та управління ними, яка існує в Європейському Союзі.

1. Шепелев, С. С. Підвищення рівня конкурентоспроможності рибного господарства через призму впливу зростаючого глобального ринку. *Науковий вісник Полісся*, 2016. № 3 (7). С. 76-83.

2. Вдовенко Н., Маргасова В., Шарило Ю., Михальчишина Л. Конкурентоспособность рыбного хозяйства и аквакультуры как составляющая эффективности национальной экономики. *Біоекономіка та аграрний бізнес*, 2019. №10(1). С. 30-39.

3. *Strategy to scale-up fish industry's competitiveness [Electronic resource]*. URL : <https://www.aquahoy.com/en/market/29677-strategy-to-scale-up-fish-industry-s-competitiveness>

4. *Developing Innovative Market Orientated Prediction Toolbox to Strengthen the Economic Sustainability and Competitiveness of European Seafood on Local and Global markets [Electronic resource]*. URL : <https://cordis.europa.eu/project/id/635761>

КОСАР Н.С., КУЗЬО Н.С.

Національний університет «Львівська політехніка»

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ

Сьогодення характеризується становленням та розвитком інформаційного суспільства, у якому інформація відіграє важливу роль як у житті окремої людини, так і у забезпеченні ефективного функціонування суб'єктів господарювання та суспільства загалом. Прискорити процес збирання інформації, зробити її доступною для різних користувачів дозволяють канали цифрового маркетингу. Проте Україна за рівнем розвитку інформаційно-комунікаційних технологій посіла 64-ту рейтингову позицію серед 139 країн світу. Серед причин таких позицій є, зокрема, відставання за складовими, що характеризують проблеми із захистом інтелектуальної власності (120-та позиція), низький рівень освоєння нових технологій бізнесом (100-та

позиція) та низький рівень впливу ІТ на появу нових бізнес-моделей (113-та позиція) [1, с. 7]. При цьому у світі підприємці активно вкладають кошти у цифрові технології, окупність інвестиції у які у 6,7 разів є вищою за традиційні технології [2].

Основні канали цифрового маркетингу, передусім мережа Інтернет, а також пристрої для забезпечення доступу до неї значно спрощують інформаційне забезпечення підприємств. Особливо це стосується проведення маркетингових досліджень, які спрямовані на збирання релевантної, цілеспрямованої та актуальної інформації про кон'юнктуру ринку чи діяльність його окремих учасників. Цифрові технології забезпечують отримання як вторинної, так і первинної маркетингової інформації з невеликими витратами часу та коштів. Діджиталізація дозволяє інтерактивно залучити споживачів до проведення опитування чи проводити спостереження за їх поведінкою, при цьому нівелюються територіальні обмеження стосовно охоплення відібраної аудиторії, забезпечується швидкий доступ до існуючих web- і war-ресурсів, існує можливість оперативно корегувати розроблені плани дослідження [3, с. 144]. Велику кількість інформації про споживачів та конкурентів підприємства можуть отримати і з соціальних мереж. Розширення проникнення Інтернету в Україні, яке на кінець третього кварталу 2019 р. становило 71 % порівняно з 63 % у кінці 2018 р. збільшує можливості збирання підприємствами первинної маркетингової інформації та зменшення систематичних помилок дослідження. При цьому значна кількість користувачів Інтернету використовують доступ до нього через смартфон – 66 %, що забезпечує можливість їх охоплення у будь-який момент часу. Зростає в Україні і доступ до Інтернету у невеликих містах та селах, що збільшує репрезентативність вибірки. Наявне програмне забезпечення дозволяє швидко та з невеликими витратами обробити значні обсяги зібраної інформації, встановити тенденції розвитку окремих явищ та процесів. До найпопулярніших додатків та пакетів програм для обробки даних маркетингових досліджень належать: SPSS (відрізняється гнучкістю та потужністю), STATISTICA (більше, ніж 250 функцій, які об'єднані спеціалізованими статистичними модулями), JMR (один із лідерів обробки та аналізу даних), NCSS (розрахована на початківців в сфері статистичної обробки), SYSTAT (крім статистичної обробки дозволяє візуалізацію даних), STATGRAPHICS PLUS (містить понад 250 статистичних функцій) тощо.

Отже, завдяки діджиталізації, існує багато доступних і зручних у використанні програмних додатків, що дозволяють підвищити ефективність маркетингових досліджень.

1. Куйбіда В.С., Петроє О.М., Федулова Л.І., Андрощук Г.О. *Цифрові компетенції як умова формування якості людського капіталу: аналіт. зап.* Київ: НАДУ, 2019. 28 с.

2. *Україна 2030E – країна з розвинутою цифровою економікою.* URL : <https://strategy.uifuture.org/krajina-z-rozvinutoyu-cifrovoju-ekonomikoju.html> (дата звернення 4.02.2020)

3. Рубан В.В. *Сучасні інструменти цифрового маркетингу.* Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки. 2018. Вип. 30 (1). С. 143-146.

КОТЛЯРЕНКО Я.В., УХАНОВА І.О.

Одеський національний економічний університет

ФАКТОРИ ТА ПОКАЗНИКИ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СУЧАСНИХ СТИВІДОРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Розвиток сучасної економіки характеризується високими темпами росту міжнародної торгівлі та як наслідок високим попитом на транспортні послуги. Найбільша частина всього вантажообігу йдеться на морський транспорт, оскільки він має ряд переваг, зокрема, збільшення дальності транспортування більшої кількості вантажів при відносно невеликих витратах. Саме тому при здійсненні експортно-імпорتنих операцій сектор міжнародних морських перевезень є найбільш швидко зростаючим, разом з яким також динамічно розвивається міжнародний ринок стивідорних послуг.

Міжнародний ринок стивідорних послуг є сукупністю національних морських портів, що обслуговують перевезення вантажів у рамках міжнародної торгівлі та активно конкурують між собою. Для забезпечення транспортних, торгівельних та, насамперед, експортних потреб країни такі компанії мають бути конкурентоспроможними на міжнародному ринку [4, с.53]. З цим пов'язана актуальність визначення основних факторів, які впливають на конкурентоспроможність таких компаній та показники, які дозволяють оцінити їх конкурентоспроможність. При аналізі наявних досліджень цього питання, було виявлено, що різні вчені по-різному класифікують чинники впливу на міжнародну конкурентоспроможність підприємств морської галузі. Так, наприклад, М.В. Ботнарюк виділяє такі групи факторів (Рис. 1):

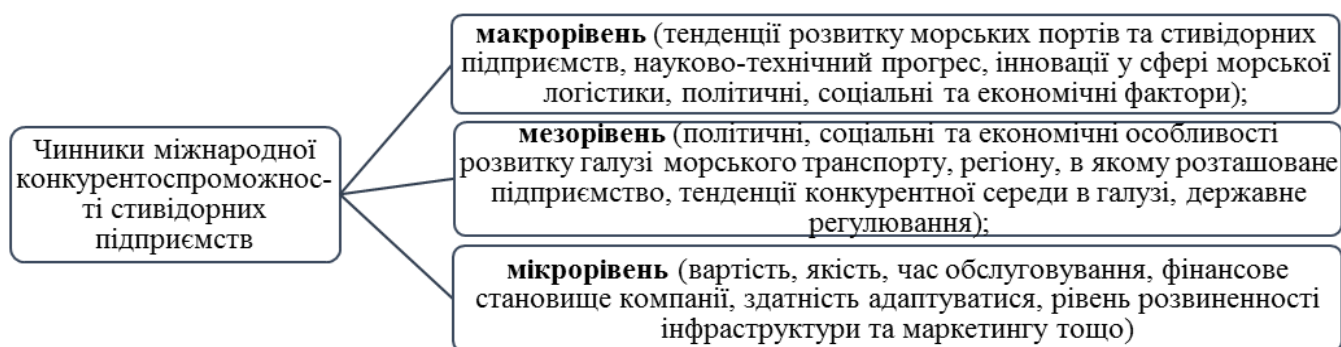


Рис. 1. Чинники впливу на міжнародну конкурентоспроможність підприємств морської транспортної галузі [2, с.188]

Однак більш комплексною систематизацією факторів, що визначають міжнародну конкурентоспроможність сучасних стивідорних підприємств ми вважаємо класифікацію української дослідниці Бодровцевої Н.Ю. Вона пропонує такі групи факторів:

- Географічні фактори: природно-кліматичні (глибини в акваторії морських портів на підходах до них, ризики природних умов тощо) та економіко-географічні (розташування порту на перетині морських маршрутів, входження порту до міжнародних транспортних коридорів, соціально-економічні особливості розвитку регіону, рівень його економічного та виробничого потенціалу тощо).

- Інфраструктурні фактори: наявність та розвиненість портової інфраструктури, що забезпечує обслуговування суден, перевалку вантажів, транспортування вантажів до складів.

- Логістико-технологічні фактори: технології, що використовуються та застосування інновацій; спектр послуг, що пропонує підприємство; номенклатура вантажів та організація логістики перевезень; застосовувані стандарти якості; стандарти енергоефективності та екологічності роботи порту; наявність кваліфікованого персоналу.

- Геополітичні фактори: розташування порту в районі міжнародних конфліктів, регіонах політичної напруги; дії міжнародних договорів чи інших норм міжнародного права, які надають преференційні режими чи санкційні заходи у діяльності підприємств.

- Інституційні фактори: реалізація заходів державного регулювання діяльності морських портів та стивідорних підприємств, заходи державного контролю у сфері транспорту, прикордонного, митного, екологічного та інших видів контролю, система оподаткування, державна політика у відношенні розвитку та регулюванні конкуренції тощо [1, с.108-109].

Аналізуючи міжнародну конкурентоспроможність будь-якого підприємства, слід приділити увагу дослідженню не лише факторів, що на неї впливають, а й показників оцінки конкурентоспроможності. Якщо фактор – це безпосередня причина, наявність якої необхідна і достатня для зміни одного чи декількох показників, то показники дозволяють оцінити конкурентоспроможність на даний момент. Таким чином, поняття «фактор конкурентоспроможності» та «показник конкурентоспроможності» співвідносяться як причина та наслідок: фактор визначає, а показник вимірює конкурентоздатність. Стосовно підприємств, які займаються морськими перевезеннями та обслуговуванням суден та вантажів Вербило О.М. пропонує класифікувати ці показники по відношенню до оцінки характеру їх діяльності, а саме:

- кількісні показники: обсяги вантажообігу в цілому, обсяги вантажообігу по номенклатурі вантажів (насипні, наливні, штучні тощо), обсяги вантажообігу по напрямом перевезень (експорт, імпорт, транзит), кількість заходів суден, пропускна здатність порту, довжина та кількість причалів тощо.

- Якісні показники: безпека мореплавання на підходах до порту, швидкість обслуговування судів у порту, швидкість та надійність операцій з вантажем, в т.ч. перевалка та зберігання вантажів.

- Вартісні показники:

- абсолютні: сума портових зборів, що оплачує судно перебуваючи у порту; вартість стивідорних послуг; сума митних зборів, податків тощо;

- відносні: частка вартості портових послуг у загальних витратах на транспортування, частка портової складової у ціні експортної чи імпортної продукції, показники рентабельності суб'єктів, що надають послуги у порту тощо [3].

Підводячи підсумок, слід відзначити, що конкурентоспроможність підприємства може змінюватися. Реалізація інвестиційних проектів по будівництву та модернізації портової інфраструктури, запровадження нових технологічних рішень по підвищенню ефективності діяльності підприємства, зміни в геополітичній ситуації та світовій економіці та навіть глобальні зміни клімату – все це здатне впливати на виділені групи факторів, а значить - на міжнародну конкурентоспроможність стивідорного підприємства. Саме тому, задача оцінки рівня конкурентоспроможності полягає не лише у визначенні його поточного стану, а й у досягненні перспективних значень. Адже, оцінка поточного та перспективного рівня конкурентоспроможності підприємства на міжнародному рівні необхідна для формування комплексу стратегічних та тактичних рішень щодо її підвищення у майбутньому.

1. Бодровцева Н.Ю. Систематизація факторів і показателів оцінки конкурентоспроможності морських портів /Н.Ю. Бодровцева// Транспортний бізнес. - №2.- 2017. -С.105-109.

2. Ботнарюк М.В. Конкурентоспособность портовой услуги: социальный аспект/ М.В. Ботнарюк// Вестник Государственного университета Морского и Речного флота имени адмирала С.О. Макарова. -№1.- 2015. - С.186-192.

3. Вербило О.М. Тенденции в логистике, влияющие на конкурентоспособность портов/О.М. Вербило// Научно-аналитический журнал «логистика и управление цепями поставок».- 2012.- №4(51). URL: <http://lscm.ru/index.php/ru/po-godam/item/1146>.

4. Махуренко Г.С., Крук Ю.Ю. Прогноз спроса на стивідорные услуги в Украине/ Г.С. Махуренко, Ю.Ю. Крук //Розвиток методів управління та господарювання.- №2(63). -2018. -С. 53-73.

КОТОВИЧ В.Б., РИСІН М.В.

Львівський інститут ДВНЗ «Університет банківської справи»

РОЛЬ АНТИМОНОПОЛЬНОГО КОМІТЕТУ У РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ

Сьогодні в часи ринкової економіки головною функцією держави є контроль над формуванням за розвитком конкурентного середовища, а також збереження конкурентних відносин. Тому в країні було створено орган зі спеціальним статусом, діяльність якого направлена на формування та реалізацію конкурентної політики. Саме дослідження ролі Антимонопольного комітету у конкурентній політиці є актуальним питанням на даному етапі.

Антимонопольний комітет України є державним органом із спеціальним статусом, метою діяльності якого є забезпечення державного захисту конкуренції у підприємницькій діяльності та визначається Законом України “Про Антимонопольний комітет України”.

Розглянемо видатки Державного бюджету, що здійснюються на Антимонопольний комітет, зокрема на підтримку конкурентної політики в країні (Табл.1).

Таблиця 1.

Видатки Державного бюджету на реалізацію конкурентної політики, тис.грн

Показник	2016	2017	2018
Витрати Бюджету України на Антимонопольний комітет України	73488,6	141801,7	201904,4
Керівництво та управління у сфері конкурентної політики, контроль за дотриманням законодавства про захист економічної конкуренції	72572,1	140589,1	200561,3
Прикладні розробки у сфері конкурентної політики та права	916,6	1212,6	1343,2

Дослідивши звітність Державної казначейської служби України, варто відмітити, що протягом 2016 – 2018рр. видатки бюджету на Антимонопольний комітет (АМКУ) зростали. Так, у 2016 році вони становили 73488,6 тис. грн., у 2017 році зросли на 92,9% і становили 141801,7 тис. грн. У 2018 році видатки бюджету на АМКУ знову зросли на 42,3% і становили 201904,4 тис. грн. Дослідивши структуру видатків на АМКУ, варто відмітити, що валову частку становлять видатки на керівництво та управління у сфері конкурентної політики. Так, у 2016 році видатки на сприяння конкурентної політики становили 72572,1 тис. грн. (98,8% від загального обсягу видатків на АМКУ), у 2017 році зросли до 140589,1 тис. грн. (99,1%), а у 2018 році знову зросли до 200561,3 тис. грн. (99,3%).

Таким чином, здійснивши дане дослідження стає зрозумілим, що головною роллю Антимонопольного комітету України сьогодні є підтримка розвитку конкурентної політики. Розглянемо яким чином АМКУ впливає на конкурентну політику. Згідно звіту Антимонопольного комітету за 2018 рік до пріоритетних напрямів та заходів для розвитку національної конкурентної політики належать:

- сприяння розвитку конкурентного середовища;
- дотримання та забезпечення рівності умов конкурування;
- вдосконалення державного захисту конкуренції;
- взаємодія органів державної влади та органів місцевого самоврядування щодо забезпечення розбудови конкурентного середовища;
- адвокатування конкуренції.

До актуальних проблем роботи АМКУ відносимо : розробку ефективної системи правозастосування, яка дозволить карати за утворення картелів і таємну змову учасників тендеру та запобігати таким порушенням; підвищення прозорості пріоритетів правозастосування, а також відповідних процедур; відстоювання інтересів комітету під час комунікації з урядом, регуляторами, бізнес-середовищем і громадськістю.

Антимонопольний комітет у рамках розвитку конкурентної політики направляє свою діяльність в основному на боротьбу з існуючими монополіями. Так, головним інструментом АМКУ є адвокатування. Згідно звіту Антимонопольного комітету за 2018 рік у напрямі адвокатування конкуренції були здійсненні такі заходи (Рис. 1).

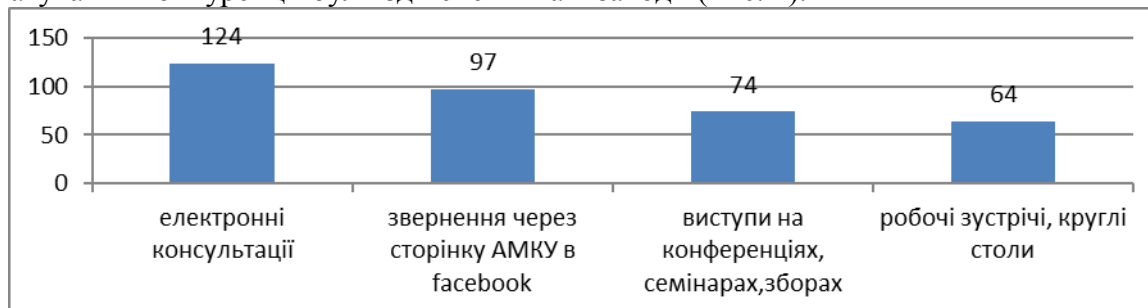


Рис.1. Заходи адвокатування АМКУ для підтримки конкурентної політики

Так, адвокатування конкурентної політики має все ж довготермінову перспективу розвитку, оскільки направлене на виховання конкурентного духу та розуміння його суті. Для підприємств, які вже функціонують такі зустрічі дають теоретичну основу для прийняття правильних рішень.

Враховуючи прийняті нещодавно законодавчі покращення, зокрема змінення порогових показників подання заяви про концентрацію й новий спрощений підхід, АМКУ має здійснювати моніторинг ефективності цих кроків щодо подання заяв про концентрацію, щоб переконатися, що ринок реагує на такі зміни і що вони дозволили зменшити кількість адміністративних перепон, які заважали бізнесу реєструватися в Україні раніше. Так розширення звільнення від відповідальності за утворені в минулому концентрації також є кроком у спрощенні регуляторних процедур та сприяння розвитку конкуренції.

Отже, Антимонопольний комітет відіграє важливу роль у становленні та реалізації конкурентної політики. Головним напрямком його діяльності повинно стати недопущення створення монополій через вплив на законотворчий процес, так як потенційно легше запобігти їх створенню, ніж потім боротися з ними.

1. Закон України “Про Антимонопольний комітет” № 922-VIII від 25.12.2015 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3659-12>

2. Кантур К. С. Роль антимонопольного комітету України в розвитку конкуренції// Теорія та практика державного управління. – Вип. 2 (45) URL: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/tpdu/2014-2/doc/2/06.pdf>

3. Річний звіт Антимонопольного комітету України 2018 рік. Офіційний сайт АМКУ. URL: https://drive.google.com/file/d/1p4_bp2iMxcct89xQ3KXuoggz7goHFCA/view

4. Річний звіт про видатки Державного бюджету за програмною класифікацією видатків за 2016 – 2018рр. Офіційний сайт ДКСУ. URL: <https://www.treasury.gov.ua/ua/file-storage/richnij-zvit-pro-vikonannya-derzhavnogo-byudzhetu-ukrayini-za-2018-rik>

КОЦАН С.В., ІЛИЧОК Б.І.

Національний університет «Львівська політехніка»

ХАРАКТЕРИСТИКА ДИНАМІКИ ЧАСТКИ РИНКУ ПІДПРИЄМСТВА «УКРПОШТА» ПРОТЯГОМ 2014-2018 РОКІВ

Підприємство «Укрпошта» працює на ринку поштових послуг, який охоплює видання, введення в обіг та організацію розповсюдження поштових марок, маркованих конвертів та карток, а також виведення їх з обігу; офіційне видання каталогів та цінників колекційних поштових марок; пересилання простих листів масою до 50 грам; розміщення і використання поштових скриньок для збирання листів на всій території держави; використання маркувальних машин; здійснення діяльності, пов'язаної з виплатою і доставкою пенсій, грошової допомоги; приймання і видача поштових відправлень (бандеролей, дрібних пакетів, цінних та рекомендованих листів, посилок); прийом комунальних платежів тощо.

Поштовий зв'язок – важливий пункт сполучення між людьми, незважаючи на еру інформаційних технологій.

Індикатором потенційних переваг підприємства вважають частку ринку, яка йому належить. Збільшення частки ринку належить до основних цілей діяльності більшості підприємств.

Величини частки ринку й обсягу реалізації товарів (продажу) становлять основу розробки як поточного, так і стратегічного маркетингових планів, і визначають результативність та ефективність діяльності підприємств.

Збільшення обсягу продажу, безумовно, є сприятливим. Але автоматично це не означає посилення конкурентних позицій підприємства на ринку. Адже зростання (чи то, навпаки, зменшення) обсягу продажу може бути наслідком впливу таких факторів як: сприятлива кон'юнктура ринку, зростання платоспроможного попиту, для вітчизняних виробників. Це може бути також підвищенні імпортного мита тощо.

Об'єктивніше позиції підприємства на ринку характеризують показники: частка ринку за обсягом продажу; частка ринку за вартісними показниками; частка ринку підприємства в окремому сегменті; відносна частка ринку (відносно лідера, найнебезпечнішого конкурента або трьох найближчих конкурентів).

Частка ринку підприємства (ринкова частка) — це питома вага товарів підприємства в загальній місткості даного ринку збуту. Виражається цей показник у відсотках. Частка ринку підприємства розраховується за обсягом продажу та за вартісними показниками.

Частка ринку (за обсягом продажу) розраховується як співвідношення кількості проданих товарів підприємством до загального обсягу продажу товарів на базовому ринку (місткості ринку).

Здійснено дослідження динаміки частки ринку підприємства «Укрпошта» протягом 2014-2018 років, результати дослідження подамо в таблиці та відобразимо на рисунку

Таблиця

Динаміка частки ринку підприємства «Укрпошта» протягом 2014-2018 років

№з/п	Показники	Значення показників				
		2014	2015	2016	2017	2018
1.	Обсяги реалізації продукції підприємства, млн.грн	3 697	3 902	4 484	4 672	6 031
2.	Обсяги ринку, млн.грн	4 771,00	5 097,90	5915,5	7247,2	8755,4
3.	Частка ринку підприємства, %	77,5	76,6	75,8	64,5	68,9
4.	Абсолютні відхилення частки, %-х п.:					
4.1	базисні	1	-0,9	-1,7	-13,0	-8,6
4.2	ланцюгові	1	-0,9	-0,8	-11,3	4,4

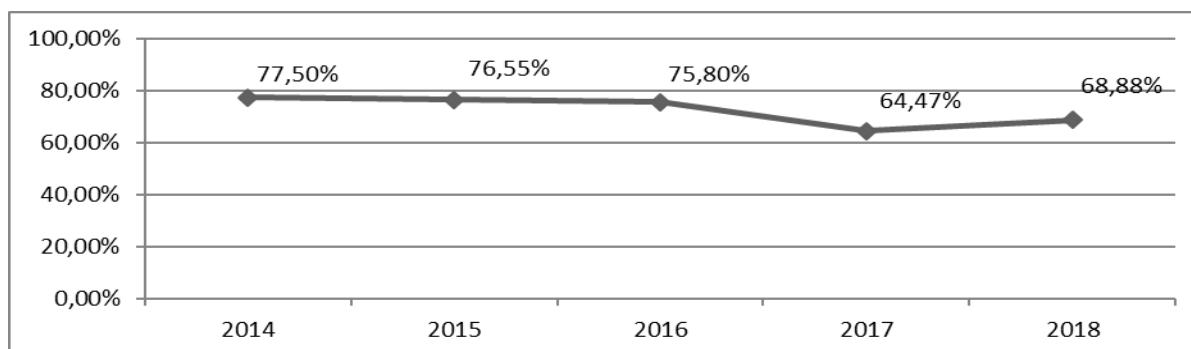


Рис. Динаміка частки ринку підприємства «Укрпошта» протягом 2014-2018 років

Здійснивши аналіз динаміки частки ринку підприємства «Укрпошта» протягом 2014-2018 років встановлено, що частка ринку підприємства «Укрпошта» у сфері надання послуг поштового зв'язку знизилась з 77,5 % у 2014 році до 68,9 % у 2018 році.

Зокрема у 2015 році частка ринку підприємства становила 76,6 %, що на 0,9 %-х пунктів менше у порівнянні з попереднім роком. У 2016 році даний показник становив 75,8 % і це свідчить про зменшення частки ринку порівняно з попереднім роком на 0,8 %-х пункти. У 2017 році частка ринку підприємства була найменшою серед досліджуваних років і становила 64,5 %, що на 11,3 %-х пункти менше, ніж у 2016 році і на 13,0 % менше, ніж у базисному 2014 році. У 2018 році частка ринку підприємства становила 68,9 %, що на 4,4 %-х пункти більше, ніж у попередньому році і на 8,6 %-х пугктів менше, ніж у базисному 2014 році.

В цілому слід наголосити про негативну динаміку частки ринку підприємства «Укрпошта» на ринку поштових послуг України протягом 2014-2018 років.

1. *Обсяг виробленої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання за 2013-2018 роки.* – [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

2. *Фінансова звітність «Укрпошти» за 2014-2018 роки.* – [Електронний ресурс]. Режим доступу: веб-сайт. URL:<https://smida.gov.ua>.

СУЧАСНИЙ СТАН ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ У БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ

Сучасний економічний простір ґрунтується на мережевих зв'язках: частка традиційної економіки поступово зменшується, а нової – цифрової – збільшується. Динамічні зміни у бізнес-середовищі характеризуються використанням цифрових технологій в бізнес-процесах, які сприяють комунікаційній взаємодії із стейкхолдерами та підвищенню продуктивності компанії.

Застосування цифрових технологій у різних сферах суспільного життя трактують через транслітерацію англійського слова «digitalization» та називають «діджиталізація». Також синонімом даного поняття є «цифровізація».

Під діджиталізацією прийнято розуміти трансформацію, проникнення цифрових технологій щодо оптимізації та автоматизації бізнес-процесів, підвищення продуктивності та покращення комунікаційної взаємодії зі споживачами. [1]

Процес діджиталізації має позитивний вплив на розвиток світових економічних процесів, інноваційний розвиток, а також глобалізації.

Нині головними чинниками розвитку процесів діджиталізації стають: поява новітніх цифрових технологій, формування нових потреб та запитів споживачів (орієнтація на економію часу, пошук і придбання товарів за чіткими параметрами); створення нових цінностей, властивостей товарів; зміна умов конкурентного середовища. [2]

Стрімкий розвиток інформаційних технологій дозволив збирати велику кількість аналітичних даних, які дозволяють оптимізувати як управлінські бізнес-процеси, так і основні та забезпечувальні. Цифрові технології дають змогу координувати цілі, збільшити ефект від використання ресурсів, формувати нові канали комунікацій та нові бізнес-моделі.

На сучасному етапі вітчизняна діджиталізація визначена Концепцією розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки.

За період 2018-2019 років в Україні прискорюється діджиталізація бізнесу, впроваджуються цифрові інструменти, зокрема використання хмарних сервісів, електронний документообіг, розвиток електронних банківських послуг. Створені державні фонди інвестування в технології, державою та приватним сектором розроблені програми навчання підприємців для розширення внутрішнього ринку споживання, розширюється співпраця з міжнародними фондами для підтримки інноваційних проектів. Цифровізація немінуча, але Україна продовжує лише наздоганяти світові тренди. Необхідно розвиватися, щоб створювати глобальні діджитал-рішення та сприяти економічному прогресу на світовому рівні і бути тими, хто задає тренди.

Основними проблемами у бізнес-середовищі на сучасному етапі залишається низька кваліфікація персоналу та застаріла мережева інфраструктура, а на державному рівні – відсутність стратегії діджитал-трансформації.

1. Грибіненко О. М. Діджиталізація економіки в новій парадигмі цифрової трансформації *ОМ Грибіненко. Міжнародні відносини Серія " Економічні науки", 2018. [Електронний ресурс] URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/viewFile/3523/3197*

2. Гуренко А. В., Гащутіна О. Е. Напрямки розвитку систем управління в умовах діджиталізації бізнесу в Україні. *Економіка і суспільство, Випуск 19, 2018. [Електронний ресурс] URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/19_ukr/113.pdf*

БІЗНЕС МОДЕЛЬ O2O (ONLINE TO OFFLINE) ЯК ГОЛОВНИЙ ТРЕНД E-COMMERCE

Ще донедавна онлайн та оффлайн-досвід клієнта був чітко розмежованим, однак, на даний час спостерігається взаємна інтеграція цих процесів та стирання між ними меж. Модель O2O (Online to Offline) спрямована на багатоканальну взаємодію із споживачем в цифровому просторі задля того, щоб мотивувати його у фізичне місце розташування бізнесу чи місцевий підрозділ тощо. Прикладом успішної імплементації зазначеної моделі може бути досвід всесвітньовідомих компаній Alibaba, Walmart, McDonald's, Rozetka тощо. Зокрема, компанії Alibaba [1] та Rozetka [2] були в числі перших хто втілював концепцію O2O відкривши оффлайн-магазини. Тоді як, Walmart та McDonald's (McDrive) пропонують споживачам замовляти товари онлайн, а забирати оффлайн.

Водночас, аббревіатура O2O може бути трактована навпаки: Offline to Online. За таких умов споживачі можуть переглянути товар у фізичному магазині, але здійснити покупку онлайн, хоча основним значенням все ж є Online to Offline.

Онлайн магазини мають багато переваг, порівняно із оффлайн: немає витрат на оренду, хоча простір магазину обмежений й не дозволяє пропонувати широкий асортимент товару, не потрібно великого штату працівників. Водночас, такі компанії стараються поєднують обидва формати, використовуючи наступні методи: створення пунктів самовивозу; надають можливість повернути товар в фізичному магазині та зробити замовлення онлайн в магазині; застосовують спеціальні пропозиції, такі як онлайн-купони на знижку, QR коди, участь в онлайн-іграх тощо.

Необхідно зазначити, що модель O2O має як свої переваги, так і недоліки. Перевагами є те, що вона забезпечує ритейлерам потужний бренд, адже процес брендування стає значно легшим із використанням онлайн можливостей, таких як реклама, соціальні медіа, мобільні гаманці, пуш-повідомлення, які можуть бути поєднані із веб-аналітикою, великими даними (big data), системними інтеграціями та штучним інтелектом. Модель O2O сприяє формуванню лояльності клієнтів та збільшує дохід та особливо вигідна для виробників, оскільки дозволяє мінімізувати час від розробки продукту до його виходу на ринок.

Онлайн-представництво є важливим для власників магазинів, оскільки дозволяє в першу чергу аналізувати дані споживачів (веб аналітика, великі дані), а отже персоналізувати та покращити як онлайн, так і оффлайн-досвід здійснення покупок, легше знаходити нових клієнтів (таргетована реклама, ремаркетинг), а споживачі у свою чергу отримують можливість купувати там, де вони хочуть і тоді, коли хочуть у той спосіб, якому вони надають перевагу, а також отримують більш професійну технічну підтримку.

Не зважаючи на швидкий ріст індустрії e-commerce, більше ніж 80% світових покупок все ще відбуваються в оффлайн-магазинах, оскільки для споживача важливою є не лише зручність здійснення покупки, але й відчуття довіри та задоволення при можливості доторкнутися до товару [3]. На жаль, багато країн або ж регіонів не мають відповідної інфраструктури для організації повсюдного e-commerce бізнесу. Фізичні магазини можуть створити додатковий дохід завдяки тому, що споживачі, які забирають продукти оффлайн чи приходять обміняти товар, мають схильність до купівлі додаткових товарів. Оффлайн-магазини також можуть сприяти збільшенню трафіку в онлайн магазинах, оскільки окремі споживачі надають перевагу «живій» консультації так як здійснюючи замовлення онлайн вони не мають змоги аналізувати вербальні та невербальні сигнали.

Модель O2O доцільно застосовувати торговим та торгово-розважальним центрам задля збільшення відвідуваності, конверсії та збільшення клієнтської бази відвідувачів, а retail та hogesa компаніям задля збільшення відвідуваності, конверсії, збільшення рівня лояльності клієнта та росту виручки. Для e-commerce модель O2O при продуманих маркетингових заходах може сприяти зростанню рівня пізнаваності, розширенню комунікацій, активізації продаж

нового товару для чого необхідно активізувати профайлінг цільової аудиторії та застосовувати кросс-маркетинг.

Щодо недоліків моделі O2O є сумнівність його довговічності та те, що не всім індустріям доцільно його використовувати. Фінтех-індустрія, до прикладу, за прогнозами усіх аналітиків та футуристів, повністю переходить в онлайн (наприклад, Revolut, Monzo, Wirex, Monobank, Kotobank). Така ж тенденція спостерігається й в індустрії одягу (наприклад, розробляються технології примірки одягу на скановану 3D-модель тіла споживача).

Вагоме значення у виникненні недоліків моделі O2O має також те, що ціни на нерухомість по всьому світу зростають, а розрив між найбагатшими та найбіднішими верствами населення збільшується через що ціна на товари в оффлайн-магазинах стане занадто високою. Окрім того, зі зростанням кількості світового населення збільшиться і потреба у кількості житла, яке, ймовірно, займе місця, які тепер займають більшість магазинів.

З огляду на вище перелічені особливості, доцільно рекомендувати застосування моделі O2O тим бізнесам, які вже мають оффлайн-магазини, а також тим, які можуть дозволити собі понести витрати на створення їх з нуля (таким, наприклад, як Rozetka чи Alibaba), проте не є доцільним його застосування для усіх учасників індустрії e-commerce.

1. *Alibaba first offline store.* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.alibaba.com/> (дата звернення 27.02.2020)

2. *Rozetka відкрила новий офлайн-магазин на Позняках.* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.the-village.com.ua/village/business/news/290255-rozetka-vidkrila-noviy-oflayn-magazin-na-poznyakah> (дата звернення 27.02.2020)

3. *CBRE Group Inc. Global survey shows 70% of millennials prefer shopping in stores, but spend 7.5 hours online.* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.cbre.us/real-estate-services/real-estate-industries/omnichannel/the-definitive-guide-to-omnichannel-real-estate/consumers/how-does-online-spending-vary-by-generation> (дата звернення 28.02.2020)

ЛУК'ЯНЧУК О. О.

Нікопольський економічний університет

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ КРЕДИТНИХ ОПЕРАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА

Для забезпечення підприємства коштами, які потрібні для здійснення нормального виробничого процесу, у більшості випадків, використовуються кредити банків. Роль таких кредитів значно підвищується у періоди, коли надходжень коштів за реалізовану продукцію ще немає або їх недостатньо.

До функцій бухгалтерського обліку кредитних операцій належить: забезпечення наявності усіх документів, які необхідні для оформлення кредитів; забезпечення щомісячного нарахування відсотків; слідування правилам з оцінювання та оформлення застави при отриманні кредиту; цільове використання кредитів, які отримало підприємство; своєчасність погашення основного боргу та нарахованих відсотків; забезпеченість необхідними ресурсами, обсягами капітальних вкладень та підрядних робіт; наявність та правильність оформлення всіх документів, що стосуються лізингових операцій; забезпечення правильного віднесення на рахунки бухгалтерського обліку сплачених відсотків за користування кредитом і т.д. [1].

Організація та ведення бухгалтерського обліку і складання фінансової звітності регулюється Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [2]. Ведення бухгалтерського обліку і складання фінансової звітності щодо зобов'язань перед банком необхідне для надання повної, правдивої та неупередженої інформації про стан та погашення таких зобов'язань, що цілком визначає фінансовий стан підприємства.

У загальному вигляді етапи обліку кредитних операцій підприємства можна представити наступним чином: визнання економічної сутності, значення кредиту та його оцінку; визначення

форм та видів кредитів; відображення на рахунках бухгалтерського обліку всі дії за кредитними операціями; розкриття у фінансовій звітності операцій за кредитними операціями [3].

Варто зазначити основні складові методики обліку отриманих кредитів підприємством. До них відносяться: облік основної суми боргу; облік суми одержаного кредиту; облік суми відсотків, які нараховуються за користування кредитом.

Це пояснюється тим, що дані елементи бухгалтерського обліку зобов'язань за кредитами відображаються на різних рахунках, а також визнаються та оцінюються за різними принципами. Хоча й заборгованість за процентами, як і за основною сумою боргу, в обліку підприємства також визнається зобов'язаннями.

1. Чебан Ю. Ю. *Облік зобов'язань перед банком: законодавчо-нормативні аспекти та напрями удосконалення підприємства* [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://www.global-national.in.ua/archive/4-2015/223>

2. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність» [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=996-14>

3. Феофанов Л. К. *Методичні підходи з організації обліку та аудиту кредиторської заборгованості на підприємстві. Інвестиції: практика та досвід, 2013. № 12. С. 65-68.*

МАМЧИН М. М., ЯРИЧЕВСЬКА Я. І.

Національний університет «Львівська політехніка»

БІЗНЕС ЯК ФОРМА РЕАЛІЗАЦІЇ СЕНСУ ЖИТТЯ

В ієрархії споживчих потреб за А. Маслоу потреба в повазі, а також самоствердженні і самореалізації знаходиться на вершині мотиваційних потреб і тому, зрозуміло, чому більшість підприємців та бізнесменів визначають місію власного бізнесу, з однієї сторони, як діяльність на задоволення потреб певних людей з отриманням прибутку, а з іншої сторони, як вгамування власної жаги до творчості і самореалізації, віднайдення сенсу життя у втіленні власних ідей, а не лише задля збагачення.

Очевидно, у всіх цих людей є набагато глибші підсвідомі мотиви, які вони самі, можливо, навіть не розуміють. Філософ І. А. Ільїн стверджував, що нещастя сучасної людини велике, бо їй не вистачає головного – сенсу життя. У більшості сучасників це питання не доходить до свідомості. Вони нічого не знають про «навіщо» життя, як не помічають і те, що вони неосвічені. У них немає ніякої відповіді і вони не помічають відсутність цієї відповіді. Втрачене, можливо, було б знайдено, але для цього треба спочатку помітити його відсутність, адже лише тоді нещастя стає переборним [1].

З точки зору психології, у кожної людини мозок складається з трьох частин, а саме: мозку рептилії, який є найдревнішим та відповідає за інстинкти, мозку ссавця, який відповідає за мозок в цілому та почуття, та неокортекс, який відповідає за те, що робить нас людьми із здатністю мислити абстрактно, раціонально та логічно, усвідомлюючи власні почуття та думки [2]. Першим завжди «вмикається» мозок рептилії. У ньому є лише дві програми: бігти або битися. Він не відрізняє віртуальних проблем від реальних і тому в людей або є страх публічних виступів, або для відчуття власної переваги виникає бажання розчавити партнера під час переговорів.

Одними із визначальних людських інстинктів є агресія та інстинкти самоствердження та творення. Протягом доволі тривалого періоду часу людина мала, здебільшого, можливість задовольняти свій потяг до агресії завдяки війнам та конфліктам. Зараз це зробити набагато важче, тому люди підсвідомо шукають способи вгамувати свою жагу: очевидно, що найкращим

способом досягти цієї мети є організація власного бізнесу. Тим більше, що в бізнесі можна використати інструментарій військових дій, зокрема, розробку стратегії і тактики, застосування військових технік із побудови команди, управління, збору інформації тощо.

На сьогодні доволі звичним є застосування військових технік та прийомів у бізнесі, зокрема, проведення «цінових війн», захоплення споживчих ніш, проведення агресивних рекламних кампаній і т. д. Одночасно слід зазначити, що війна в сьогоднішніх реаліях не однозначно прибутковий бізнес-проект, а бізнес-економіка дарує нам набагато більше можливостей. При цьому, виходячи із раціонального усвідомлення не вигідності війни для суспільства в цілому, індивід вважає за краще втілити свої інстинкти в професійній діяльності, тобто перейти від мозку рептилії з її інстинктами і агресивними емоціями до мозку так званого неокортекса з його раціональними судженнями і логічного мислення, що дасть йому можливість творчої реалізації і розуміння сенсу життя.

1. Ильин И. А. *«Я вглядываюсь в жизнь. Книга раздумий»*. URL: http://polbu.ru/iljin_meditations/ch68_i/html

2. MacLean P. D. *The Triune Brain in Evolution. Maryland, USA, 1990*. URL: <https://www.amazon.com/Triune-Brain-Evolution-Paleocerebral-Functions/dp/0306431688>

МАРИНЮК Т.В., МИХАЛЬЧИШИН Н.Л.
Національний університет «Львівська політехніка»

ДОТРИМАННЯ КОНКУРЕНТНОСТІ В ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЛЯХ ЯК УМОВА РОЗВИТКУ БІЗНЕС СТРУКТУР

Публічні закупівлі за своєю суттю пов'язані з придбанням замовником товарів, робіт і послуг за кошти різних бюджетів. Оскільки закупівля передбачає використання коштів платників податків, то відповідно ці кошти мають статус не державних, а публічних. Закупівлі вважаються публічними як за походженням коштів, так і за контролем самої процедури. Ознаками публічних закупівель є такі: замовником є держава в особі різних органів, відповідних юридичних осіб, контроль за процедурою закупівлі здійснює держава та суспільство, закупівля здійснюється в інтересах громадян. Щодо юридичних осіб як замовників в публічних закупівлях, то це можуть бути підприємства, установи, організації та їх об'єднання, які забезпечують потреби держави або територіальної громади, якщо така діяльність не здійснюється на промисловій чи комерційній основі, за наявності однієї з таких ознак:

- юридична особа є розпорядником, одержувачем бюджетних коштів;
- органи державної влади чи органи місцевого самоврядування або інші замовники володіють більшістю голосів у вищому органі управління такої юридичної особи;
- у статутному капіталі юридичної особи державна або комунальна частка акцій (часток, паїв) перевищує 50 відсотків;
- суб'єкти господарювання, які здійснюють діяльність в окремих сферах, володіють певними спеціальними або ексклюзивними правами.

Бізнес, що бажає стати учасником публічних закупівель насамперед повинен володіти інформацією про оголошені закупівлі. Для цього необхідно здійснювати пошук закупівлі за відповідним кодом згідно з класифікатором ДК 021:2015, який можна завантажити, наприклад, на сайті Верховної Ради України. Також можуть використовуватись такі терміни кодів, як CPV (Common Procurement Vocabulary) чи Єдиний закупівельний словник (ЄЗС), що є аналогічним до коду за класифікатором ДК 021:2015.

Послідовність визначення предмета закупівлі охоплює визначення предмета закупівлі за такими категоріями, як «товар», «послуги», «роботи», «послуги та роботи». Як наслідок – визначається код закупівлі згідно з рішенням Замовника. Постачальникам дозволяється подавати тендерні пропозиції або пропозиції на переговорах (у разі застосування переговорної процедури закупівлі) відповідно до певної категорії. Якщо предметом закупівлі є товари (окрім будівель та споруд, медикаментів), то предмет закупівлі визначається за четвертим знаком класифікатора ДК 021:2015 із зазначенням конкретної назви предмета закупівлі. Якщо предметом закупівлі є будівлі виробничого/невиробничого призначення або інженерні споруди різного функціонального призначення, то предмет закупівлі визначається за показником 2 цифри класифікатора ДК 018-2000. Предмет закупівлі для послуг визначається так само, як і для товарів, за четвертим знаком класифікатора ДК 021:2015 із зазначенням конкретної назви предмета закупівлі. Предмет закупівлі послуг з поточного ремонту визначається за кожною спорудою (будівлею, будинком тощо) окремо згідно з термінологією державних будівельних норм ДБН А.2.2-3:2014 «Склад та зміст проектної документації на будівництво» та/або ГБН Г.1-218-182:2011 «Ремонт автодоріг загального користування. Види ремонтів та перелік робіт».

Тендерна документація є одним з найважливіших елементів торгів, від якості якої може залежати успіх закупівлі. Для забезпечення успішного проведення тендерів, замовникам слід враховувати наступне:

- не вимагати велику кількість документів. Така кількість не є запорукою закупівлі якісного товару/роботи/послуги, а є причиною помилок з боку постачальників, відхилення пропозицій та відміни торгів;

- чітко формулювати вимоги в тендерній документації. Наприклад, вимога тендерної документації – надати аналогічний договір, але при цьому чітко не зазначено, який саме договір можна вважати аналогічним. Вимога відповідності товару діючим державним стандартам не визначає якому саме стандарту має відповідати товар, адже державних стандартів на один і той самий товар може бути декілька і технічні характеристики в них можуть відрізнятись;

- визначати окремим додатком перелік документів, що вимагаються від постачальника. В тендерній документації вимоги щодо надання тих чи інших документів постачальник прописує в різних місцях тендерної документації, що ускладнює підготовку постачальником тендерної пропозиції та розгляд замовником пропозицій;

- дотримання читабельності документів тендерної пропозиції та можливості їх відкриття;

- визначення вимоги підписання тендерної пропозиції учасником через кваліфікований електронний підпис;

- врахування права учасників діяти на основі модельного статуту. В такому разі підприємство не матиме свого власного, підписаного його учасниками (засновниками) статуту у формі єдиного документа, а тому може подати не статут, а довідку з відповідною інформацією та ін.

Замовники керуються також неціновими критеріями оцінки якщо закупівлі мають складний характер (наприклад, закупівля консультаційних послуг, наукових досліджень, експериментів або розробок, дослідно-конструкторських робіт) та відсутній постійно діючий ринок. До таких критеріїв відносяться умови оплати, строк виконання, гарантійне обслуговування, експлуатаційні витрати тощо. Кількість таких критеріїв необмежена. Питому вагу кожного нецінового критерію та їхню кількість визначає замовник, але загальна питома вага нецінових критеріїв не може бути вищою, ніж 30 відсотків (крім випадку застосування процедури конкурентного діалогу). Вважається, що нецінові критерії – це додаткова вигода, яка оцінюється не в грошовому вимірі, а у вигляді додаткових (нецінових) переваг, і не є ключовим параметром, але може вплинути на вибір переможця.

В публічних закупівлях може проявлятися недобросовісна поведінка постачальників, з яких визнано переможцями і з якими підписано відповідні договори. Така поведінка може бути пов'язана з не знанням усіх умов тендеру, неможливості виконати договір з об'єктивних причин, не бажання виконувати умови договорів. Для уникнення визнання переможцями недобросовісних учасників, замовник може визначити в тендерній документації кваліфікаційні

критерії щодо наявності документально підтвердженого досвіду виконання аналогічних договорів, внести забезпечення тендерної пропозиції (банківська, гарантія страхової організації, іншої фінансової установи) чи забезпечення виконання договору про закупівлю (застава, порука, завдаток, гарантія), застосувати оперативно-господарські санкції (відшкодування збитків, стягнення штрафних санкцій, оперативно-господарські санкції).

Враховуючи особливості проведення процедури публічних закупівель, умови конкурентності можуть порушуватись як на стадії розміщення оголошення замовником, так на стадії проведення самої закупівлі. Якщо замовник зацікавлений у перемозі конкретного учасника, то він може визначати критерії закупівлі під конкретного учасника, особливо зловживання можуть стосуватись нецінових критеріїв. Таким чином, буде порушена рівність у змаганні серед усіх учасників. Що ж до порушень на стадії проведення закупівлі, то учасники з метою створення штучної конкуренції можуть вдаватись до погодження своєї поведінки. Усунена конкуренція під час публічної закупівлі не дає можливості забезпечити справжність цінних пропозицій, і замовники можуть обрати переможцем фірму, яка насправді не пропонує найнижчої ціни та найбільш якісної послуги чи роботи.

Таким чином, для забезпечення рівності умов участі для всіх підприємств в публічних закупівлях, надання можливості отримання гарантованого прибутку та співпраці з великим замовником – державою, необхідне дотримання конкурентних підходів як при розміщенні замовниками оголошень, так і при проведенні публічної закупівлі. За таких умов реалізується порівняльна функція конкуренції, відповідно до якої доступ до ринку та ринкового прибутку отримають найкращі підприємства.

МЕДІК М. А.
Нікопольський економічний університет

СУЧАСНІ МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Багато підприємств застосовують маркетингові стратегії, щоб випередити своїх конкурентів, проте лише унікальні маркетингові стратегії можуть допомогти конкурувати бізнесу в жорстких ринкових умовах. Маркетинг має вирішальне значення для просування бізнесу. Але не всі компанії вивчають маркетингові плани в повній мірі на свою користь. Важливим елементом маркетингової кампанії є наявність ідеального та професійного веб-сайту підприємства. Знайшовши на веб-сайт підприємства клієнт повинен бути вражений його кольорами, шрифтами, використанням зображень, навігацією та представленням інформації про бізнес, товари, послуги і т.д. Можна виокремити 5 сучасних маркетингових стратегій, які стосуються потреб підприємства.

1. Необхідно знайти маркетингове партнерство. Компанія може шукати маркетингових партнерів, що дасть кращий вміст, оскільки можна скористатися досвідом співпрацюючої фірми-партнера. Більше того, можна отримати користь кількома способами. Наприклад, вартість створення контенту буде знижена, експозиція бренду до нової аудиторії буде набагато вищою, ніж тоді, коли підприємство це робить само.

2. Необхідно досліджувати створений користувачем контент. Клієнти люблять ділитися своїми особистими враженнями, тому проаналізувавши всі відгуки та коментарі клієнтів можна сформулювати маркетингову стратегію відповідно до думок споживачів, виходячи з їх проблем, також можна попросити їх зробити рекламу для компанії [1].

3. Використання впливових факторів для просування бізнесу. Можна дізнатися про головних блогерів та експертів у галузі до якої належить певне підприємство, налагодити з

ними співпрацю. Наприклад, можна запропонувати написати «гостьовий» пост у блозі впливу, щоб мільйони користувачів блогу дізналися про компанію та її діяльність.

4. Створення зв'язку з клієнтами. Можна створити відкритий форум на веб-сайті підприємства або на будь-якій іншій платформі, де клієнти можуть відкрито висловлюватися про компанію та її продукцію чи послуги. Таким чином отримуємо уявлення про те, що насправді відчувають споживачі щодо діяльності компанії, а також, це допоможе побудувати довіру до підприємства. Важливо заохочувати співробітників швидко відповідати на запити споживачів електронною поштою, чатом, телефоном та іншими способами.

5. Необхідно зробити так, щоб кожен клієнт відчував себе особливим. Багато компаній мають тенденцію ігнорувати своїх існуючих клієнтів, намагаючись постійно шукати нових споживачів. Їх спрямованість більше на збільшення кількості споживачів. Незважаючи на те, що отримання нових споживачів є надзвичайно важливим, однаково важливим є задоволення старих клієнтів. Щоб існуючі клієнти відчували себе щасливими та особливими, необхідно ставитись до них як до VIP-персон, слід спробувати подарувати їм щось додаткове, наприклад подарунок або купони, запрошення на подію тощо. Це призведе до довіри та розголосу про діяльність компанії [2].

Отже, наведені поради допоможуть бізнесу генерувати поінформованість про бренд серед своїх цільових споживачів. Необхідно переконатися, що у компанії має спеціальну команду з маркетингу, яка концентрує зусилля для реалізації цих пропозицій.

1. *Top 5 Marketing Strategies Your Enterprise Needs [Electronic resource]. URL : <https://www.designhill.com/design-blog/5-top-marketing-strategies-your-enterprise-needs/>*

2. *Щербина Т. В., Федірко Т. В. Сучасні маркетингові стратегії в системі глобальних цінностей міжнародних фірм. Ефективна економіка. № 4, 2013 [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1933>*

МИХАЛЬЧИШИН Н.Л., ФРАНЦЕВА Н.О.

Національний університет «Львівська політехніка»

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА ПРОБЛЕМИ РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПРИРОДНИХ МОНОПОЛІЙ

Глобалізація – система суперечливих явищ і відносин, що найбільше проявилась в інформаційних мережах, фінансовій сфері та в найбільш розвинених країнах. Щодо впливу глобалізації на економічні системи, то певні закономірності відсутні, оскільки країни світу різні за розміром та розвитком економіки. Глобалізація також впливає і на соціальні відносини, зокрема, спілкування – існує можливість підтримувати зв'язок з людиною в будь-якій частині світу. Характерною ознакою глобалізації також є взаємопов'язаність технологічної, організаційної, адміністративної і правової систем, створення єдиного світового ринку без національних бар'єрів і забезпечення однакових правил гри для всіх учасників, взаємозалежність та чутливість до глобальних процесів національних економік. До переваг глобалізації відноситься можливість певної країни спеціалізуватись на тих видах промисловості, в яких конкретна країна має конкурентні переваги, збут продукції в межах світового ринку, зростання міжнародної конкуренції. До недоліків глобалізації відноситься поява безробіття в промислово розвинених країнах через переміщення фабрик в країни з дешевшою робочою силою, зростання екологічних проблем (розміщення фабрик в країнах з менш суворим екологічним законодавством) тощо.

Як економічний процес, глобалізація може розвиватись у двох напрямках – усередину (розширення використання іноземних товарів, капіталу, технологій) і назовні (переважна орієнтація держави на світовий ринок і глобальну експансію фірм). Іноземні компанії через систему підрядного виробництва, досягають не тільки зниження витрат виробництва, але і економії первинних інвестицій, а також спрощення і здешевлення управлінських структур. Таке виробництво має міжнародний характер за ринками збуту. Великі корпорації стають учасниками глобалізації з метою звільнення від тотального державного регулювання, податків. Вони отримали змогу завдяки своїм перевагам створити нові центри влади, формувати майбутні правила гри на глобальному рівні, поширюючи свій вплив на інші регіони.

Щодо сфер поширення глобалізації, то на ринках природних монополій, ознаки глобалізації можуть проявлятися залежно від виду ринку та державної участі в структурі власності відповідних підприємств. Ринки, що перебувають у стані природної монополії, та суміжні ринки, є об'єктами державного регулювання, оскільки вони мають суспільну значимість, від результатів їхньої діяльності залежить як життєзабезпечення населення, так і ефективність функціонування підприємств, установ, організацій. Регулювання діяльності суб'єктів природних монополій здійснюється національними комісіями регулювання природних монополій, які утворюються і функціонують відповідно до закону. Регуляторними органами в окремих випадках можуть бути органи виконавчої влади і органи місцевого самоврядування (наприклад, послуги централізованого постачання теплової енергії).

Таким чином, якщо глобальні компанії через інвестування виявляють бажання увійти на ринки природних монополій чи суміжних ринків, їм потрібно враховувати способи та методи регулювання діяльності відповідних структур. Глобалізація на таких ринках може проявлятися через включення суб'єктів природних монополій та суміжних ринків до глобальних мереж, таких як транспортна мережа, електромережа тощо. Одним з таких прикладів, є використання в електроенергетиці інформаційної технології, що дає можливість споживачам самим продукувати енергію на місці споживання, а «розумні» мережі самі розподіляють надлишки, регулюють баланс виробітку і споживання, виконуючи функції центру диспетчерського управління. В такому разі реалізується розподілена генерація, що зменшує навантаження на природу, мінімізує втрати при передачі електроенергії на великі відстані, оптимізує диспетчерське управління. Такі «розумні мережі» (так звані smart grids) самостійно керують процесами виробництва, споживання і збалансування системи не з центру, а на рівні місцевої самоорганізації та «реакцій всіх на кожного». Міжнародне агентство з відновлюваної енергетики (The International Renewable Energy Agency, IRENA) розробило Дорожню карту з метою досягнення подвоєння частки відновлюваних джерел електроенергії у світовому споживанні енергії на період 2010-2030рр. відповідно такі світові тенденції впливатимуть і на реформування ринку електроенергії в Україні.

Щодо транспортної сфери то в Україні реалізується Національна транспортна стратегія на період до 2030 року, відповідно до якої передбачено, що для впровадження стратегії будуть виконані завдання за напрямками, одним з яких є інноваційний розвиток транспортної галузі та глобальні інвестиційні проекти. Передбачено, що підвищення рівня безпеки судноплавства, можливо через забезпечення розвитку берегової інфраструктури Глобальної морської системи зв'язку у разі лиха та для забезпечення безпеки.

Глобалізація у сфері природних монополій реалізується через глобальну монополізацію капіталу, що сприяє «автономізації» політики національних урядів в сфері нагромадження капіталу та його регіонального й галузевого розподілу. За таких умов глобальний капітал, незважаючи на національну приналежність, в значних обсягах спрямовується в сфери, де можливо отримати монопольні прибутки та встановити контроль над суб'єктами природних монополій, зокрема, енергетики та технологічних інновацій.

Сутність і особливості функціонування природних монополій пов'язані з мережевою організацією виробництва. Цілісна мережа, яка охоплює великі території й має диспетчерські служби, які володіють ситуацією й керують оперативним усуненням недоліків у роботі, є дороговартісні. Проблеми, що виникають в сфері природних монополій та суміжних ринках, не

можуть бути усунені через ринкове саморегулювання, яке не гарантує вирішення глобальних соціально-економічних проблем сучасного суспільства, в тому числі таких найважливіших, як необхідність забезпечення всіх учасників економіки «суспільними благами» (системою національної і світової безпеки, мережами комунікацій (зв'язок, енергетика і т.п.), освіти, охорони здоров'я (мінімально необхідного рівня); подолання циклічних коливань економічного росту і економічних криз; нормального функціонування грошового обігу та фінансових ринків, боротьби з інфляцією; підтримки необхідного стану конкуренції (у тому числі міжнародної) і стримування монополізму; перерозподілу доходів громадян відповідно до цілей демократичного суспільства; оптимального відтворення робочої сили, зайнятості населення, забезпечення непрацевдатних і безробітних; підтримки фундаментальної науки, стимулювання НТП та підвищення рівня технологічного розвитку; фінансування екологічних заходів та контролю за раціональним використанням вичерпних природних ресурсів.

Глобалізація як процес зростання взаємозв'язку і взаємозалежності економічних систем різних країн, повинна враховуватись у державному регулюванні через визначення взаємопроникнення товарів і технологій, а також фінансових та інформаційних потоків. Так, наприклад, плануючи розвиток та регулювання видобування природного газу потрібно враховувати світові тенденції, які здатні вплинути на подальший світовий видобуток природного газу. Наприклад, швидка реалізація проекту – розробка гігантського родовища Левіафан – розташованого в Середземному морі між Хайфою та Кіпром, запаси якого становлять близько 600 млрд. м³, зможе вплинути на інтереси глобальних гравців.

Ринки природних монополій та суміжні ринки тісно пов'язані зі споживанням основних ресурсів, наприклад, нафти і природного газу. Скорочення споживання може бути пов'язано з падінням промислового виробництва, зниженням нормативів споживання природного газу для населення і заходами газозаміщення та енергоефективності. Проте, науковці вважають, що скорочення споживання природного газу має ґрунтуватися на структурній та технологічній перебудові економіки, надаючи пріоритет стимулюванню розвитку високотехнологічного виробництва та сфери послуг замість енергоємних галузей. Зазначене відповідає світовим глобальним тенденціям, і впливатиме на реформування ринків природних монополій та суміжних ринків.

МУНТЯН Р. В.

Нікопольський економічний університет

ЗАГАЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ РОЗРАХУНКІВ З ОПЛАТИ ПРАЦІ

Загальний контроль за оплатою праці означає вибір наступних елементів контролю майже для всіх систем оплати праці, незалежно від того, як накопичується інформація про заробітну плату чи як оплачуються працівники:

1) Аудит – здійснення внутрішніми або зовнішніми аудиторами періодичний аудит функції нарахування заробітної плати, щоб перевірити, чи правильно розраховуються виплати заробітної плати, чи все ще працюють працівники, яким нараховується заробітна плата, чи накопичуються належні записи часу тощо [1].

2) Змінити журнал відстеження. Якщо зарплатна служба обробляє за допомогою комп'ютеризованого модуля нарахування заробітної плати, активуйте журнал відстеження змін і переконайтеся, що доступ до нього доступний лише через захищений паролем інтерфейс. Цей журнал відстежує всі зміни, внесені до системи оплати праці, що дуже корисно для відстеження помилкових чи шахрайських записів.

3) Звіти про перевірку помилок. Деякі типи помилок із нарахування заробітної плати можна помітити, запускаючи звіти, у яких відображаються лише пункти, що не відповідають нормальному розподілу результатів заробітної плати. Вони не можуть вказувати на певні помилки, але ймовірність основних помилок вище для повідомлених елементів. Менеджер із нарахування заробітної плати або третя сторона, яка не бере участі в нарахуванні заробітної плати, повинна запускати та переглядати ці звіти.

4) Витратні лінії тренду. Шукайте коливання витрат, пов'язаних із оплатою праці у фінансовій звітності, а потім досліджуйте причини коливань.

5) Видати звіт про оплату наглядовим органам. Необхідно відправити список виплат працівникам кожному керівнику відділу із проханням переглянути його на предмет правильних сум виплат та незнайомих імен. Вони можуть визначити виплати, які здійснюються працівникам, які більше не працюють у компанії.

6) Обмежити доступ до записів. Блокуйте файли працівників та записи заробітної плати в усі часи, коли вони не використовуються, щоб запобігти несанкціонованому доступу. Використовуйте захист паролем, якщо ці записи зберігаються в режимі он-лайн. Ця обережність полягає не лише у тому, щоб хтось не мав доступу до записів іншого працівника, а й у запобіганні несанкціонованих змін до записів (наприклад, ставки оплати).

7) Розмежування обов'язків. Запропонуйте одній особі підготувати нарахування заробітної плати, іншому уповноважити її, а іншій – створити виплати, тим самим знижуючи ризик шахрайства, якщо в цьому не задіяні кілька людей. У менших компаніях, де не вистачає персоналу для належного розподілу обов'язків, принаймні наполягайте на тому, щоб хтось переглянув та надав дозвіл на нарахування заробітної плати до виплати працівникам [2].

Опираючись на наведені основні елементи контролю розрахунків з оплати праці з одного боку, дає можливість працівникам бути впевненими в правильності суми заробітної плати, яку їх нараховують. З іншого боку, забезпечує керівників вищих ланок бути забезпечити від шахрайських дій зі сторони підлеглих.

1. Гуцаленко В. Л., Коцупатрий М. М., Марчук У. О. *Внутрішньогосподарський контроль : навч. посіб. К. : «Центр учбової літератури», 2014. 496 с.*

2. *Payroll internal controls [Electronic resource]. URL : <https://www.accountingtools.com/articles/2017/5/4/payroll-internal-controls>*

НАНІВСЬКИЙ С.Л., ПОПЛАВСЬКА Ж.В.

Національний університет «Львівська політехніка»

СУТЬ І КОНЦЕПЦІЇ ПУБЛІЧНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА

На сьогодні не існує єдиної загальноприйнятої дефініції публічно-приватного партнерства. Наприклад, Єврокомісія визначає публічно-приватне партнерство як форму довготривалої співпраці публічного і приватного сектора з метою реалізації конкретних публічних завдань. Метою співпраці є досягнення обопільних вигод як у вимірі цілей суспільних, так і комерційних цілей підприємства.

Зазвичай під угодою про публічно-приватне партнерство розуміють спільну реалізацію проекту на основі поділу завдань і ризику поміж публічним суб'єктом і приватним партнером. Також публічно-приватне партнерство є формою співпраці між сектором публічним і приватним з метою реалізації проекту чи надання послуг, які традиційно належать до публічного сектора. Вважається, що у публічно-приватному партнерстві обидві сторони досягають вигоди відповідно до ступеня реалізованих ними конкретних завдань. Оскільки

кожен із секторів виконує те, що може зробити найкраще, публічні послуги та інфраструктура реалізуються у найбільш ефективний спосіб. Тому головною метою публічно-приватного партнерства є формування таких відносин між сторонами, щоб ризик брала на себе та сторона, яка зможе найкраще його контролювати.

Можна твердити, що публічно-приватне партнерство є своєрідним гібридом між сферою діяльності публічної влади і приватного капіталу у тих видах діяльності, які в тій чи іншій країні належать до завдань публічної влади. Концепції публічно-приватного партнерства можна сформулювати в такий спосіб:

- в країнах розвинутого ринкового господарства права і обов'язки публічної влади і громадян формують суспільну угоду, а її гарантом є загал правних засад і приписів;

- публічна влада іноді не в стані справитися з передбаченим законом обов'язком надання публічних послуг на гарантованому законом рівні і відповідно до очікувань громадян;

- приватний капітал міг би замінити публічну владу у наданні таких послуг, що могло б означати, що надання публічних послуг підпадало б під дію ринкових законів зі всіма наслідками, що звідси випливають, і в багатьох випадках – порушення суспільної угоди;

- для вирішення цієї дилеми виникає потреба знаходження нової форми діяльності, яка забезпечить ефективне надання публічних послуг, але одночасно гарантує ціни, тобто доступ до публічних послуг, та стандарт їх надання на визначеному публічною угодою рівні і прийнятному суспільством;

- формула публічно-приватного партнерства визначає обом сторонам - і публічній владі, і приватному партнерові - завдання, які вони зможуть виконати найкраще і для яких вони утворені;

- публічний орган надалі залишається відповідальним за умови доступу до даної послуги та її якість, а приватний партнер бере на себе відповідальність за результативність та ефективність її надання.

Зростаюча частка публічного сектора спричинила ситуацію, коли частина завдань, які належать до компетенції публічних органів, вимагає залучення значного капіталу, досвіду, знань і результативності, властивих для приватного сектора. Тому доцільним і обґрунтованим є взаємодія публічного і приватного сектора для реалізації певних проектів. Результатом такої співпраці є вигоди, які виникають внаслідок їх інтеграції, зокрема, виконання вибраних проектів попри нестачу публічних коштів на їх реалізацію, перенесення частини ризиків при реалізації проектів на приватних партнерів, отримання ними замовлень від публічних органів, взаємодія суб'єктів, які ані в минулому, ані в майбутньому не були і не будуть конкурентами на ринку і не здійснюють, як у випадку стратегічних альянсів, конкурентної діяльності в інших сферах.

НИЖНИК І.Б., ТРЕВОГО О.І.

Національний університет «Львівська політехніка»

БІЗНЕС-ЕКОНОМІКА ЯК СОЦІАЛЬНИЙ АСПЕКТ

Проблема соціальної відповідальності в основному розроблена в зарубіжній літературі, де необхідність соціальної відповідальності підприємців обумовлюється тією важливою роллю, яку вони відіграють у суспільстві. Зазначається, що суб'єкти підприємництва повинні не тільки мати на меті одержання прибутку, тобто опікуватися суто економічними інтересами. Ідеться про те, що, наприклад, корпорація – це більш ніж економічний інститут, це соціоекономічний інститут. І саме тут виявляються ознаки системності. Система саморегулювання суб'єктів підприємництва висуває більш високі вимоги та стандарти, ніж держава.

У вітчизняній науці також спостерігається зростання інтересу до проблеми соціальної відповідальності. Соціальна відповідальність вважається однією з рис підприємництва. Акцентується на тому, що сучасний підприємець не тільки бізнесмен, що уміло веде комерційну діяльність, йому властиве ще й почуття соціальної відповідальності за свої дії.

Треба звернути увагу на той факт, що характеризуючи соціальну відповідальність, більшість дослідників акцентує увагу на добровільному характері прийняття на себе такої відповідальності, що кореспондується із бажанням організації зробити свій внесок у розвиток суспільства. Як правило, мова йде про різні дії філантропічного характеру, яких ніхто не вимагає і які не приносять компанії відчутної вигоди.

Останні тенденції в економічному мисленні сконцентровані на тому, що людські ресурси є основними факторами виробництва, а найефективніші інвестиції – інвестиції в людський капітал. Стратегічною перспективою сталого й динамічного соціально-економічного прогресу держав світу стає соціально орієнтований розвиток, одним із головних генераторів якого можуть і мають стати соціальні інновації. До таких інноваційних технологій належать неординарні способи вирішення соціальних проблем, які не мали аналогів у минулому. Саме соціальне підприємництво є тією соціальною інновацією, що служить механізмом соціальних перетворень і сталого розвитку в контексті як прибуткової, так і неприбуткової підприємницької діяльності. Про соціальне підприємництво в Україні заговорили ще на початку 2000-х. Однак досі навіть представники бізнесу погано розуміють механізм його дії. Вони не розгледіли в ньому потенціал для себе та дієвий інструмент вирішення суспільних проблем. Тим паче не усвідомлюють переваг соціального бізнесу влада та суспільство.

Найпоширеніше визначення соціального підприємництва належить Грегори Дізу, який вибрав п'ять факторів, що його визначають:

- прийняття на себе місії створення і підтримки соціальної цінності (блага);
- виявлення й використання нових можливостей для реалізації вибраної місії;
- здійснення безперервного процесу інновацій, адаптації та навчання;
- рішучість дій, не обмежена географічним розміщенням ресурсів;
- висока відповідальність підприємця за результати своєї діяльності – як перед безпосередніми клієнтами, так і перед суспільством.

Основна відмінність між підприємництвом та соціальним підприємництвом – не в площині мотивації, а у сфері характеристик цінності, що виробляється. У разі звичайного підприємництва це ринкова цінність, яка може бути виражена в категоріях доходу і прибутку. У разі соціального підприємництва це цінність, що виражається в перевазі, яку одержує значна частина суспільства або суспільство в цілому від виробленої соціальним підприємцем «великомасштабної трансформації», тобто в набутті суспільством нових рис, що відповідають вимогам часу. При цьому цільовими групами, яким призначена «цінність», служать найменш захищені та найменш благополучні верстви населення, що не мають фінансових ресурсів або політичних важелів для досягнення «одержуваної в результаті трансформації цінності» власними силами.

Соціальне підприємництво – це насамперед бізнес. Проте, на відміну від традиційного, створюється зокрема й задля вирішення суспільних проблем

Нині в Україні є організації, котрі підтримують соціальне підприємництво: Український фонд підтримки підприємництва, Міжнародний фонд «Відродження», Сокальська агенція регіонального розвитку, Благодійний фонд «Благовіст», Благодійне підприємство «Перлина Буковини», Благодійна організація «Центр допомоги дітям-інвалідам» та інші. Усі ці громадські організації сприяють популяризації в нашій країні соціального підприємництва.

Соціальне підприємництво, хоча й повільно, перетворюється на реальний механізм вирішення суспільних проблем в Україні, коли підприємництво у соціальній сфері, підприємницька діяльність благодійних та громадських організацій або бізнес із соціальною місією охоплює різні соціально незахищені верстви населення.

Незважаючи на те, що нині в Україні чимало організацій підтримують соціальне підприємництво, вони недостатньою мірою сприяють його популяризації в нашій країні.

Цей процес можна прискорити шляхом проведення активної соціально-економічної політики, розгляду формування соціального підприємництва як важливого самостійного напрямку політики соціально-економічних реформ. Саме нарощення активності громадян через створення соціальних підприємств, їхня співпраця з владою дозволить розпочати в Україні вирішення такої надзвичайно актуальної проблеми, як побудова соціальної держави та громадянського суспільства.

1. Долуда Л., Назарук В., Кірсанова Ю. *Соціальне підприємництво. Бізнесмодель. Реєстрація. Оподаткування*. Київ: ТОВ «Агентство «Україна», 2017. 92 с.

2. *Посібник з планування соціального підприємства / пер. з англ.: Британська Рада в Україні*. Київ: Британська Рада в Україні, 2011. 68 с.

3. Наумова М. *Сутність соціального підприємництва та його роль у соціально-економічному розвитку суспільства/Наумова М.//Україна: аспекти праці. Соціальна політика №4. – 2014, с.34–39.*

НИКОЛАЙЧУК Т.О.

Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАНУ

ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНА ІНКЛЮЗІЯ ФІЗИЧНИХ ТА ЮРИДИЧНИХ ОСІБ

В сучасних умовах розвитку еколого - економічних відносин у всіх царинах національної економіки виникає потреба деталізації суті такого суспільно-економічного феномену, як «еколого-економічна інклюзія», її суб'єктного складу, визначення завдань, векторів та керівних ознак такої діяльності. Суб'єкти підприємництва, які мають на меті займатись займатися еколого-економічною господарською діяльністю, в тому числі інклюзивного або соціального напрямів, мають бути виділені в окрему економіко-нормативну дефініцію, яка забезпечить їх упорядкування та організацію роботи відповідно до норм чинного законодавства.

На законодавчому рівні не існує єдиного трактування таких дефініцій, як «еколого-економічна інклюзія», «інклюзивна господарська діяльність еколого-економічного спрямування» або «інклюзивна підприємницька діяльність».

Формування усталеного поняття «еколого-економічна інклюзія», визначення її суб'єктивного складу надасть змогу виділити та унормувати специфічні суспільні відносини, які наразі не мають чіткого нормативного закріплення. На сьогоднішній день диференціація суб'єктів підприємницької діяльності в залежності від ступеню участі у системі еколого-економічних відносинах інклюзивного характеру стане підґрунтям для формування відповідних конструкцій інноваційного характеру та залучення якомога більшої кількості суб'єктів господарської діяльності до участі у відносинах еколого-економічного спрямування. Інклюзія еколого-економічного напрямку має включати в себе усі сторони суспільного життя, оскільки безпосередньо впливає як на динаміку розвитку фінансового добробуту суспільства, так і рівень екологічної безпеки населення, а отже має трактуватися ширше ніж такі дефініції, як «економічна інклюзія», «екологічна інклюзія», «фінансова інклюзія».

Отже, еколого-економічна інклюзія (далі – ЕЕІ) представляє собою концепцію, яка забезпечує реальні можливості та рівноправ'я для економічних учасників всіх рівнів (фізичних та юридичних осіб), які мають намір здійснювати еколого-економічну, екологоорієнтовану господарську діяльність, а також приймати участь (безпосередньо або опосередковано) у вирішенні питань природоохоронного характеру, а також у відносинах спрямованих на охорону, збереження та відтворення унікальних та цінних територій та об'єктів.

Інклюзування потребують еколого-економічні відносини у сфері заповідного фонду, оскільки чимало суб'єктів господарських відносин наразі не має можливості реалізації своїх еколого-соціальних та еколого-економічних прав; існує штучно створена ізоляція, яка перешкоджає багатьом фізичним особам реалізувати свій професійно-творчий потенціал, а юридичним - отримати новий напрям економічної діяльності, прийняти участь у програмах державно-приватного партнерства. Еколого-економічна інклюзія у сфері природно-заповідного фонду полягає у динаміці скорочення стратифікації між більшістю та меншістю в частині участі в економічному вираженні природних ресурсів, наприклад залучення мікропідприємців, які не мають достатньої кількості фінансово-організаційних ресурсів, до господарської діяльності екоорієнтованих напрямів на підставі франшизи (Таблиця 1).

Таблиця 1

ЕЕІ в сфері природно-заповідного фонду	
<i>ЕЕІ в сфері природно-заповідного фонду</i>	
Способи залучення фізичних осіб у відносини ЕЕІ	Способи залучення юридичних осіб у відносини ЕЕІ
<i>Еколого-соціальні способи участі</i>	<i>Еколого-соціальні способи участі</i>
Розширення кола громадян, які будуть залучені до економіко-екологічних відносин; Реалізація творчих та професійних можливостей для людей з особливими потребами або обмеженими фізичними можливостями; Наявність різних поглядів щодо реалізації інноваційної природоохоронної політики; Формування об'єктів ПЗФ, як осередків еколого-соціального життя місцевих громад; Підвищення рівня природоохоронної культури та формування суспільного феномену «природно-заповідної свідомості»; Залучення різних вікових та соціальних груп до системи розвитку «екологічного девелопменту»	Розширення наукомістких еколого-економічних напрямів господарської діяльності в сфері ПЗФ та природоохоронній царині; Формування нових соціально-інфраструктурних об'єктів на територіях ПЗФ або суміжних; Екологізація системи виробництва, запровадження послуг під брендом «заповідності»; Розвиток рекреаційно-туристичного бізнесу, який матиме історико-культурне навантаження для громадян; Популяризація еколого-економічних послуг вітчизняного характеру, як основи інтеграції суспільства; Активізація ролі місцевих громад, як інструменту методично-консультативної допомоги місцевим бізнес-угрупованням
<i>Економічно-організаційні форми</i>	<i>Економічно-організаційні форми</i>
Можливість участі в еколого – економічних відносинах безпосередньо або дистанційно; Диференціація рівня прибутку в залежності від ступеню ресурсової або безпосередньої участі у відносинах ЕЕІ Поява нових робочих місць в сільській місцевості; Державна підтримка інтелектуальної, творчої або креативної діяльності громадян, спрямованої на розвиток ЕЕІ; Зниження рівня трудової міграції населення та підвищення рівня приросту населення; Формування економіко-трудова конструкцій побудови відносин з персоналом у сфері ПЗФ; Покращення рівня економіко-соціального захисту населення в межах геополітичного розташування (підтримка політики децентралізації); Залучення висококваліфікованих фахівців до роботи у сільській та віддаленій місцевостях	Залучення нових суб'єктів господарської діяльності до розвитку царини заповідної справи; Формування інноваційних економіко-правових конструкцій співпраці між суб'єктами господарювання різних рівнів та напрямів діяльності (договори франчайзингу, концесії); Лібералізація еколого-господарської діяльності інклюзивного характеру у сфері ПЗФ (податкові канікули, квазівідшкодування податків) Формування системи еколого-економічних послуг, які можуть надаватися в рамках співпраці з установами ПЗФ; Розвиток та розширення програм державно-приватного партнерства; Застосування інноваційних методів планування об'єктів ПЗФ, які враховуватимуть перспективні види «локальної» господарської діяльності та найбільш економічно-вигідні організаційні форми суб'єктів підприємницької діяльності

Джерело: розроблено автором на підставі [1],[2], [3], [4].

1. Закон України "Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2020 року" від 21.12.2010 2818-VI. Відомості Верховної Ради України. 2011. № 26. Ст.218. [Електронний ресурс]. URL:<http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/997-14>.

2. Закон України "Про природно-заповідний фонд України" від 16.06.1992р. № 34. Відомості Верховної Ради України. 1992. № 34. Ст. 503. [Електронний ресурс]. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2456-12>

3. Указ Президента України від 03.07.1998 № 727/98 «Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва» [Електронний ресурс]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/727/98/ed20120101/>

4. Указ Президента України від 06.12.2018 № 412/2018 Про додаткові заходи щодо забезпечення реформ із децентралізації влади [Електронний ресурс]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/412/2018>

НІЧИПУРЕНКО О. О.

ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

ОСОБЛИВОСТІ РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Актуальність тематики дослідження зумовлена тим, що в даних умовах значно зростає потреба в підвищенні конкурентоспроможності підприємства виробничої сфери. Конкурентоспроможність підприємства визначається якістю організації його виробничої системи та ступенем розвитку виробничого потенціалу. На ступінь розвитку виробничого потенціалу значно впливає стан використання ресурсів підприємства, тому актуальним для будь-якого суб'єкта господарювання є розробка та обґрунтування бізнес-проекту ресурсозбереження [4].

Метою роботи є узагальнення теоретико-методичних та практичних аспектів системи розробки та обґрунтування бізнес-проекту ресурсозбереження та визначення напрямків його оптимізації з урахуванням галузевої специфіки побудови бізнес-процесів підприємства.

Закордонний досвід дозволяє виокремити ряд трендів технологій розробки і впровадження стратегічних напрямів ресурсозбереження на підприємстві:

- активне впровадження енергозберігаючих технологій;
- автоматизація процесів і скорочення витрат трудових ресурсів;
- роботизація виробництва і скорочення матеріальних витрат за рахунок мінімізації браку;
- проектування ресурсозберігаючих заводів;
- впровадження автоматичного контролю у виробництві;
- активна реалізації заміни сировини і матеріалів не лише на більш дешеві, але й на більш екологічні;
- проектування поряд виробничих і логістичних систем;
- реалізація довгострокової стратегії ресурсозбереження на підприємстві [1].

Використовуючи менше ресурсів та оптимізуючи цей процес, підприємства можуть стати більш екологічними, конкурентоспроможними та прибутковими. Значне підвищення ефективності використання ресурсів має важливе значення для досягнення сталого зеленого зростання; це також економічно доцільно; при нинішньому неефективному використанні ресурсів, наприклад, приблизні втрати європейської промисловості складають 630 млрд. євро на рік через відсутність повного впровадження технологій ресурсозбереження [3].

Для підвищення рівня ресурсозбереження у контексті проектування організації різних типів виробництв в даний час актуальним є:

- автоматизація планування різних типів виробництв з метою отримання вагомих результатів щодо ресурсозбереження;

- оцінка якості кожного етапу та виробничої операції різних типів виробництв для створення необхідних передумов для ресурсозбереження;
- діджиталізація виробничого процесу як внутрішньої системи забезпечення реалізації ресурсозбереження.

Наведені пропозиції оптимізації ресурсозбереження в рамках проектування організації різних типів виробництв дозволять:

- збільшити продуктивність праці персоналом і скоротити матеріальні та інші витрати;
- скоротити вартість кінцевої готової продукції в рамках бізнес-проекту ресурсозбереження;
- зменшити рівень браку продукції і скоротити зайві витрати ресурсів;
- забезпечити ефективність бізнес-проекту ресурсозбереження та покращити загальний рівень конкурентного профілю фірми [2].

Таким чином, у сучасному світі досить диверсифікований досвід впровадження та реалізації технології ресурсозбереження на підприємстві у сфері виробництва, збуту, комунікації, маркетингу, НДДКР тощо.

1. *Александрова Г. М. Трактуння поняття "ресурсозбереження" в економічній науці [Електронний ресурс] / Г. М. Александрова // Вісник Одеського національного університету. Серія : Економіка. - 2015. - Т. 20, Вип. 1(1). - С. 117-120.*

2. *Бабець Є. К. Удосконалення процесів ресурсозбереження на гірничих підприємствах при комплексній розробці залізрудних родовищ [Електронний ресурс] / Є. К. Бабець // Вісник Криворізького національного університету. - 2012. - Вип. 32. - С. 14-18.*

3. *Бабець Є.К. Удосконалення процесів ресурсозбереження на гірничих підприємствах при комплексній розробці залізрудних родовищ [Електронний ресурс] / Є.К. Бабець // Гірничий вісник. - 2012. - Вип. 95. - С. 190-194.*

4. *Герасимчук Н. А. Передумови і етапи формування підприємницького механізму ресурсозбереження: мікроекономічний аспект [Електронний ресурс] / Н. А. Герасимчук // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія : Економічні науки. - 2016. - № 1. - С. 15-22.*

ПЕЛЬО О. П., ДАНИЛОВИЧ-КРОПИВНИЦЬКА М. Л.
Національний університет «Львівська політехніка»

ШЛЯХИ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ НА ПРИКЛАДІ ВЕСІЛЬНОГО КЛАСТЕРУ ЧЕРНІВЦІВ

Слово «кластер» походить від англ. cluster – гроно, купа, рій, скупчення. За визначенням Ларіонова Н. це «сукупність суб'єктів господарської діяльності взаємопов'язаних галузей, об'єднаних в єдину організаційну структуру, елементи якої знаходяться в взаємозв'язку і взаємозалежності, спільно функціонують з певною метою». Іншими словами, це засіб забезпечення конкурентоспроможності економічного розвитку регіонів.

У ХХІ столітті у великих країнах світу кластеризація набуває все більшої популярності, оскільки саме вона дає змогу розвивати експорт, залучати інвестиції, генерувати науково-дослідні розробки, здійснювати трансфер технологій, розвивати малий та середній бізнес, стартапи, технопарки, освітні установи та робочу силу. Україна ж нажаль, не може похвалитися суттєвими успіхами у сфері кластеризації та розвитку регіональних кластерів. Інтерес до кластерів залишається стабільно високим як для регіональної влади, так і для підприємницького

середовища, тому обрана тема є актуальною і охоплює все більше різних за величиною підприємств.

Прикладом одного із недавніх об'єднань став весільний кластер у місті Чернівці. Виробники весільних товарів об'єдналися заради спільної мети: втримання першості на ринку та забезпечення можливості зростання на близьку перспективу. Це об'єднання дозволило позбутися багатьох проблем і натомість дозволило зберегти особисту незалежність. Чому саме Чернівці? Здавна це місце славилось своїм весільним потенціалом. Весільний бізнес представлений не лише численними виробниками весільних суконь та костюмів, але й широким спектром весільних послуг: від ресторанів та ведучих до розважальних шоу та весільного транспорту. Основними передумовами до створення весільного кластеру стали:

1) Привабливе територіальне розміщення та близькість до ринків збуту. Чернівці є обласним центром, який територіально розміщений біля кордону, існує можливість виходити на зовнішні ринки збуту, а саме Румунію і Молдову.

2) Наявність забезпечення управлінської складової та наявність спеціалізованої робочої сили. У м. Чернівці функціонує велика кількість різних за розміром, рівнем акредитації, напрямом спеціалізації тощо освітніх та науково-дослідних закладів, в тому числі й тих, які здійснюють професійну підготовку майбутніх швей, модельєрів, кухарів-кондитерів, водіїв, фотографів, управлінців.

3) Наявність постачальників капіталу й устаткування. Обладнання й устаткування є у вільному доступі у регіоні.

4) Наявність специфічних природних ресурсів. Зручне географічне розташування міста, а також унікальне поєднання архітектурної та історичної спадщини.

5) Наявність підприємств, орієнтованих на підвищення ефективності за рахунок збільшення масштабів виробництва. Ініціативну співпрацю підтримали не лише «початківці», але й добре відомі в Україні та закордоном фірми, які увійшли до ініціативної групи зі створення кластеру.

6) Наявність ефективної підприємницької інфраструктури.

7) Історичне коріння даного бізнесу.

Отже, як бачимо, перспективи розвитку даного кластеру дуже високі. Проте, як показує зарубіжна практика, кластерні ініціативи, мають бути індивідуальними для кожної країни та залежать від мети створення таких кластерних угруповань, зокрема: економічне зростання регіону, підтримка малого бізнесу чи залучення іноземних інвестицій.

ПЕТРАШ Е.І., ПЕРХАЧ О.Л.

Національний університет «Львівська політехніка»

ОСНОВНІ ПЕРЕДУМОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ КРИЗОВИМИ СИТУАЦІЯМИ

У сучасному розумінні криза – це крайнє загострення протиріч у соціально-економічній системі, що загрожує її життєстійкості в навколишньому середовищі [1, с. 586]. Криза може бути визначена як надзвичайна ситуація дискомфорту, яка виникає раптово і загрожує звичайному функціонуванню організації або країни загалом [2].

Криза порушує стійкість системи, при цьому надає можливість радикальним чином оновити її. Кризу слід розглядати як переломний момент у розвитку системи, що дає простір новому поштовху економічних змін.

Ефективне державне управління кризовими ситуаціями передбачає діяльність з визначення та оцінки ознак та передумов настання можливих криз, а також розробка і вжиття заходів з подолання або запобігання кризи. Наявність наперед розробленого плану дій в

кризових ситуаціях забезпечує ефективне управління кризами. Тому що всі кризи не завжди виникають несподівано та раптово; вони попереджають топ-менеджерів через певні ознаки та симптоми. Тому, виникнення та швидкість розгортання кризи, реакція на кризу та знаходження шляхів виходу з неї - це питання, які можна контролювати.

Антикризове регулювання економіки – свідомі і цілеспрямовані дії держави (певною мірою і могутніх корпорацій) щодо запобігання або зменшення глибини економічних криз, стабілізації господарської кон'юнктури і збільшення темпів економічного зростання [3].

Основними завданнями антикризового управління є пом'якшення кризових процесів і використання кризи як стартової точки для нового поштовху розвитку економічної системи [5,6,7].

До функцій антикризового регулювання належать:

- передкризове регулювання, регулювання в умовах кризи;
- регулювання процесів виходу із кризи;
- стабілізація нестійких ситуацій (забезпечення керованості);
- мінімізація витрат та втрачених можливостей;
- своєчасне прийняття рішень.

Управління кризовими ситуаціями часто вимагає непропорційного використання ресурсів, зміну офіційних правил та порушення неформальних норм. Тобто, вимагає ефективного антикризового управління - перехід від режиму застосування суворих правил до гнучкого стилю роботи. Як гнучкі адміністративні дії, так і співпраця з громадськими організаціями повинні сприяти ефективності антикризового управління. Тоді такі умови повинні призвести до посилення соціального сприйняття антикризового управління та його можливого ефективного результату.

Отже, стабільний економічний розвиток та економічне зростання повинні бути основною метою антикризового управління. Основними передумовами ефективного державного управління кризовими ситуаціями є:

- відповідна компетентність кризових менеджерів;
- аналіз та оцінка загроз виникнення кризових ситуацій;
- завчасна підготовка та планування заходів щодо запобігання та подолання кризових ситуацій;
- налагодження кризових комунікацій, формування плану кризових комунікацій;
- співпраця держави з громадськими організаціями в напрямі подолання кризових ситуацій.

З огляду на це, антикризове управління повинне здійснюватися з урахуванням стратегії економічного розвитку країни. Підходи до антикризового управління економіки мають бути орієнтовані не лише на подолання наслідків кризи, але й, в першу чергу, на забезпечення трансформаційних змін в економіці як наслідок ефективної поведінки держави до та під час кризи.

1. Міждисциплінарний словник з менеджменту : навч. посіб. / [Д. М. Черваньов, О. І. Жилінська, М. В. Петровський та ін.] ; за ред. Д. М. Черваньова, О. І. Жилінської. – К. : Нічлава, 2014. – 624 с.

2. Ömer Faruk Tekin Importance of crisis management for public administration: the practice Turkish public administrations // [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://www.westeastinstitute.com/wp-content/uploads/2014/07/Omer-Faruk-TEKIN.pdf>

3. Василенко В.О. Антикризове управління підприємством/ В.О.Василенко.: Навч. пос. – К.:ЦУЛ, 2013. – 432 с.

4. Аналіз стану зовнішньоекономічної безпеки України: основні загрози та пропозиції

5. Щодо подолання кризових явищ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niisp.gov.ua/articles/152/>.

6. Підвищення ставок податків – не вихід з кризи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.svobodanews.ru/content/transcript/1839975.html>.

7. Пирожков, С.І. *Моделі і сценарії структурно-інноваційної перебудови економіки України //Інвестиційно-інноваційна стратегія розвитку національної економіки: Зб. наук. пр. / С.І. Пирожков; НАН України; Відп. ред. А.І. Сухоруков. – К., 2012. – С. 7.*

8. *Досвід країн світу щодо подолання наслідків світової фінансової кризи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: // http://www.me.gov.ua/file/link/146035/file/krisis_p.doc*

9. *Аналіз стану зовнішньоекономічної безпеки України: основні загрози та пропозиції щодо подолання кризових явищ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.niisp.gov.ua/articles/152/.](http://www.niisp.gov.ua/articles/152/)*

10. *Florian Roth, Wolfgang Seibel, Lorenz Neuberger Understanding local crisis management in complex organisational settings [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.hyborg-projekt.de/typo3temp/secure_downloads/97097/0/1debe5025e7373d12f2b182d722e4ee6861977eb/Roth_et_al._2018_Understanding_Local_Crisis_Management_-NEEDS_Conference.pdf*

ПОДГОРЕНКО Ю.О., ДАНИЛОВИЧ-КРОПИВНИЦЬКА М. Л.
Національний університет «Львівська політехніка»

ЯДЕРНА БЕЗПЕКА ЯК ОСНОВНИЙ ЕЛЕМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ СКЛАДОВОЇ

Енергетична безпека на сьогодні є однією з найважливіших складових економічної безпеки країни, оскільки лише при надійному забезпеченні паливно-енергетичними ресурсами можливе повноцінне функціонування усіх економічних інституцій. Без жодного перебільшення можна сказати, що енергетика є основою практично усіх сфер життєдіяльності сучасного світу та відіграє вирішальну роль не лише в економічному прогресі країни, а й виступає базою у забезпеченні сталого розвитку суспільства загалом. Разом з тим, вважати рівень енергетичного забезпечення держави (суспільства) цілком надійним за будь-яких соціально-політичних умов неможливо. В умовах глобалізаційних впливів (насамперед, в умовах конкурентного формування поліцентричного світу) позиції держав, що є енергетичними донорами, відрізняються підвищеною нестабільністю, непередбачуваністю, політичним егоїзмом. Як наслідок, країни, що були й залишаються енергетичними споживачами, постають перед необхідністю розбудови власних систем забезпечення енергетичної безпеки, ефективність яких має урівноважувати дисфункціональні впливи (виклики, загрози, небезпеки), що продукуються міжнародним середовищем.

Енергетичну безпеку розуміють як невід'ємну складову національної безпеки держави, яка передбачає досягнення стану технічно надійного, стабільного, економічно ефективного та екологічно безпечного забезпечення енергетичними ресурсами економіки і соціальної сфери держави [1].

Для України завжди були важливими питання ядерної та радіаційної безпеки, так як в країні експлуатується 15 енергоблоків АЕС, триває процес зняття з експлуатації ЧАЕС та перетворення об'єкта «Укриття» на екологічно безпечну систему. Ми маємо низку об'єктів по поводженню з відпрацьованим ядерним паливом, радіоактивними відходами, джерелами іонізуючого випромінювання. Радіаційні технології використовуються в промисловості, медицині, науці тощо. Тому основні завдання Державної інспекції ядерного регулювання України полягають у забезпеченні ядерної та радіаційної безпеки не лише атомних електростанцій, а й інших об'єктів, щоб вони були безпечними і не несли загрози для суспільства та довкілля.

Атомні електростанції є важливою складовою паливно-енергетичного комплексу країни. Держатомрегулювання постійно здійснює контроль за реалізацією заходів Комплексної

(зведеної) програми підвищення енергоблоків АЕС України. У 2018 році Колегією Держатомрегулювання були прийняті рішення про продовження експлуатації енергоблоків № 3 Рівненської АЕС та № 4 Запорізької АЕС у понад проектний термін за результатами періодичної переоцінки безпеки.

Держатомрегулюванням забезпечено виконання пріоритетних завдань, визначених актами і дорученнями Президента та Уряду України, рішеннями Ради національної безпеки та оборони України, що спрямовані на забезпечення ядерної, радіаційної безпеки та захищеності, у тому числі у рамках реалізації положень Плану заходів з імплементації Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським Співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони на 2014 – 2018 роки, Плану заходів з реалізації Стратегії реформування державного управління України на 2016 – 2020 роки, середньострокового плану пріоритетних дій Уряду до 2020 року.

Протягом останніх років забезпечувалась реалізація діючих проектів співробітництва із регулюючими органами Швеції, Норвегії, Сполучених Штатів Америки та інших країн-партнерів, включаючи проекти співробітництва з Європейською Комісією в рамках Інструменту співробітництва в сфері ядерної безпеки (INSC), проекти Програми Технічного Співробітництва МАГАТЕ та інших програм під егідою організації. Забезпечено підписання двосторонніх та багатосторонніх домовленостей, меморандуму.

Законодавство України у сфері безпеки використання ядерної енергії регулює весь комплекс відносин, пов'язаних з використанням ядерної енергії, забезпеченням ядерної та радіаційної безпеки. Основоположним документом цієї сфери є Закон України «Про використання ядерної енергії та радіаційну безпеку», прийнятий у 1995 році із внесеними в подальшому змінами та доповненнями. Цим документом встановлено пріоритет безпеки людини та навколишнього природного середовища. Закон визначає основні завдання ядерного законодавства, основи державної політики у сфері використання ядерної енергії, права і обов'язки громадян у сфері використання ядерної енергії, компетенцію органів влади та управління у сфері використання ядерної енергії та радіаційної безпеки, закріплює державне регулювання безпеки використання ядерної енергії.

Особливе місце в ядерному законодавстві займає Закон України "Про дозвільну діяльність у сфері використання ядерної енергії", який визначає перелік видів діяльності, що підлягають ліцензуванню, умови здійснення такої діяльності, порядок ліцензування та відповідальність за порушення вимог цього Закону.

Також Україна керується нормами Конвенції про допомогу у випадку ядерної аварії або радіаційної аварійної ситуації (26 вересня 1986 р.), Конвенції про оперативне оповіщення про ядерну аварію (30 грудня 1986 р.), Конвенції про фізичний захист ядерного матеріалу (5 вересня 1993 р.), Конвенції про ядерну безпеку (17 грудня 1997 р.), Об'єднаної конвенції про безпеку поводження з радіоактивними відходами (20 квітня 2000 р.). До системи ядерного законодавства також входять нормативно-правові акти Кабінету Міністрів України, які встановлюють механізм реалізації норм законів, порядок здійснення діяльності у сфері використання ядерної енергії (без визначення технічних аспектів).

Важливою складовою законодавства у сфері безпеки використання ядерної енергії є норми та правила з ядерної та радіаційної безпеки. У цих документах встановлені критерії, вимоги і умови безпечного використання ядерної енергії за всіма напрямками використання ядерної енергії (безпека ядерних установок, зокрема АЕС, безпека об'єктів по поводженню з радіоактивними відходами, з джерелами іонізуючого випромінювання, фізичний захист, безпека перевезень радіоактивних матеріалів). Нормативно-правові акти Держатомрегулювання в установленому законодавством порядку реєструються в Міністерстві юстиції України, офіційно оприлюднюються та підлягають обов'язковому виконанню всіма суб'єктами, на яких поширюється їх дія [2].

Енергетична безпека, будучи однією з найважливіших складових економічної безпеки, здатна забезпечити сталий розвиток економіки України. Головними напрямками розв'язання цієї проблеми є: зниження енергетичної залежності, підвищення енергетичної ефективності,

забезпечення охорони довкілля та соціальної стабільності. Без зміни структури вітчизняного виробництва та впровадження енергозберігаючих технологій Україна й надалі залежатиме від імпорту нафти й газу, втрачаючи значні валютні резерви. Важливим державним завданням стає поліпшення системи управління галузями паливно-енергетичного комплексу та процесом енергозбереження.

1. Шлемко В.Т., Зінько І.Ф. *Економічна безпека України: сутність і напрямки забезпечення* / В. Т. Шлемко, І. Ф. Бінько. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua>

2. Електронний ресурс – Режим доступу: <http://www.snrc.gov.ua/nuclear/doccatalog/document?id=425406>

ПОЛЬОВИК О. Ю.

Нікопольський економічний університет

СПОСОБИ ПІДВИЩЕННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Глобалізаційні та трансформаційні процеси в ринковій економіці України супроводжується зростанням кількості споживачів і загостренням конкурентної боротьби між учасниками різноманітних каналів збуту. При цьому одним з інструментів досягнення конкурентних переваг для товаровиробників є створення ефективних логістичних ланцюгів [1]. Логістична ефективність означає наскільки безперебійно підприємство веде свою діяльність. Логістика стосується не лише руху фізичних товарів, а й важливої інформації.

Розглянемо кілька способів підвищення логістичної ефективності.

1. Наявність системи управління інформацією. Якщо підприємство може собі дозволити, то краще перейти на індивідуальну систему управління інформацією. Це допоможе бізнесу в різних сферах, включаючи управління складом, управління ланцюгами поставок, відстеження замовлень, управління запасами та точну доставку замовлень клієнтів. Якщо ж підприємство не можете дозволити собі таку систему, то варто знайти надійне та доступне програмне забезпечення для управління складом та запасами, яке може забезпечити більш чітку видимість продуктів та дозволить швидко обробляти замовлення клієнтів. Зауважимо, що половина проблем з якими стикається підприємство вирішується шляхом оптимізованого використання інформації.

2. Зберігання значної кількості товару на складі. Насправді, це значна проблема для бізнесу, оскільки не кожен має достатньо великий склад, щоб зберігати свої запаси у більшій кількості. Це призводить до дефіциту поставок та затримки замовлень у багатьох випадках. Все, що потрібно, – це проконсультуватися з надійним партнером з питань матеріально-технічного забезпечення та забезпечити наявність значних запасів для відвантаження. Однак для цього потрібно надійна система управління інформацією, яка повинна орієнтувати на кількість, тип, упаковку, тенденції на ринку та багато іншого.

3. Навчання персоналу. Співробітники повинні бути навчені сучасним методикам управління логістичними системами. Це може зробити внутрішній відділ кадрів або постачальник програмного забезпечення [2].

4. Навчання в конкурентній боротьбі. Незалежно від того, в якій галузі чи ринку підприємство знаходиться, конкуренція та ринок можуть бути чудовим джерелом безкоштовних знань. В процесі конкурентної боротьби можна отримати знання щодо: нових методів управління логістикою; ефективних програм навчання персоналу; сучасних програмних

систем. Дізнавшись, які практики добре підходять для конкурентів, можна бути в курсі оновлень галузі.

5. Робота з клієнтами. Плавне управління логістикою призводить до чудового обслуговування клієнтів, що підштовхує споживачів до витрачання грошей. Насправді 70 % клієнтів готові витратити більше грошей на компанії, які, на їхню думку, забезпечують відмінне обслуговування клієнтів. Клієнти – найважливіший актив бізнесу. Вони не тільки володіють купівельною спроможністю, але й їх думка може впливати на інших споживачів. Тому важливо тримати їх «у курсі», тобто з ними потрібно бути чесними. Це означає, що підприємства повинні бути повністю прозорими протягом усієї логістики процесу закупівлі. Коли клієнти будуть проінформовані, вони будуть задоволені [3].

Отже, конкурентоспроможність підприємств значною мірою залежить від ефективності їх логістичної діяльності не лише в середині компанії, а у процесі міжсуб'єктної взаємодії з партнерами. Це обумовлює потребу в проведенні постійного моніторингу ефективності логістичних процесів та загалом ефективності системи логістики. Звісно наведені способи не є єдиними для підвищення логістичної ефективності підприємства, проте вони дають можливість показати першочергові кроки, які необхідні в даному процесі.

1. Міщук І. П. Оцінювання ефективності системи логістики підприємства торгівлі. *Mechanism of Economic Regulation*, 2012. № 4. С. 102-110.

2. *5 Ways to Enhance Your Logistical Efficiency and Improve Customer Relations [Electronic resource]*. URL : <https://www.business2community.com/product-management/5-ways-enhance-logistical-efficiency-improve-customer-relations-01457007>

3. *4 Basic Ways to Improve Your Logistics Management [Electronic resource]*. URL : <https://www.applerrubber.com/blog/4-basic-ways-to-improve-your-logistics-management/>

ПОПЛАВСЬКА Ж.В., ЧЕРКЕС Х.Р.

Національний університет «Львівська політехніка»

ВИМОГИ ДО КОМПЕТЕНТНОСТІ МЕНЕДЖЕРІВ У ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ

Процеси глобалізації та інтеграції спричиняють необхідність пошуку нових зразків ефективності і конкурентоспроможності. Особливого значення набувають компетенції як керівних кадрів і персоналу, так і цілих організацій..

Творцями сучасного визначення так званих базових, або ключових компетенцій є G.Hamel і С.К.Prahalad. Модель компетенції є комплексом базових рис і поведінки, які є найважливішими для чіткого функціонування організації. Вона допомагає створити стратегію конкурентоспроможності та інтенсифікувати діяльність для досягнення мети; згрупована і пристосована до відповідних посад і не повинна зазнавати частих змін.

Реструктуризація діяльності публічних установ та організацій, які надають послуги загального характеру, нематеріальні, неадресні, спрямовані до суспільства загалом або великих груп населення у вигляді, наприклад, освіти, медичних послуг і послуг культури змінюють і очікування до менеджерів. Нові суспільно-економічні та культурні проблеми, вимоги та поява і розвиток нових технологій і зростаюча конкуренція спричиняють потребу в менеджерах з новими специфічними компетенціями. Роль менеджера стає зараз складнішою, ніж будь-коли раніше. Вимоги, які є і будуть у майбутньому поставати перед керівними кадрами, нелегкі, тому розвиток як керівних компетенцій, так і особистісних, є фундаментом кар'єри кожного менеджера.

За EGPA (European Group of Public Administration) менеджером публічної організації є особа, яка відповідає усім або більшості визначених критеріїв, зокрема, відповідальна за виконання програми чи реалізацію продукту або послуги, безпосередньо чи опосередковано відповідальна перед публічною інституцією, в процесі ухвалення рішення володіє значним рівнем автономії як щодо використання фінансових, так і людських ресурсів. У практиці управління домінує інтуїтивний підхід, який стосується діагностики існуючих компетенцій і спрямований на активізацію наявних та їх використання у ринковій грі чи щоденній діяльності.

На основі вивчення та аналізу сутності визначення менеджера можна запропонувати власний підхід до розуміння постаті менеджера залежно від сфери його діяльності. Перш за все менеджер публічного сектора повинен бути ефективним у своїй діяльності, яка залежить від результативності та чіткості. Ефективність проявляється через зв'язок вартості та ефектів/результатів, досягнутих протягом запланованого часу та витрат на їх досягнення. Розбіжність між компетенційним потенціалом організації та вимогами у сфері реалізації стратегії її розвитку можна охарактеризувати поняттям компетенційного розриву. Його виникнення свідчить про необхідність зміцнення компетенційного потенціалу.

У функціонуванні публічних інституцій щораз частіше спостерігаються зміни, характерні для нового публічного управління, який є комплексом технік управління в публічному адмініструванні, ідеологія і система цінностей, з яких випливають передумови до впровадження рішень на основі ефективності дій та раціональності витрат. У зв'язку з цим виникає питання ключових компетенцій, пов'язаних з працею менеджера публічних інституцій. Існує спільні погляди щодо того, що результативні менеджери повинні володіти трьома основними видами вмінь незалежно від виду їх діяльності, лише у різних пропорціях. Це вміння технічні, суспільні і концептуальні. Однак у сучасних умовах праця менеджера публічних інституцій щодаля, то більше набуває командного характеру, а успішні менеджери повинні вирізнятися вмінням набувати різної позиції залежно від обставин.

1. Barlow J., Farnham D., Horton S., Ridlej F.F. (1994) Comparing Public Managers, в New Public Managers in Europe. Public Servants in Transition, red. Farnham D., Horton S., Barlow J., Hondeghem A., Macmillan Business, London; Filipowicz G., (2016), Zarządzanie kompetencjami – perspektywa firmowa i osobista, Wolters Kluwer, Warszawa

ПРОЦІВ О.Р.

Львівський регіональний інститут державного управління

ПРОБЛЕМИ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ У ГАЛУЗІ ВИКОРИСТАННЯ МИСЛИВСЬКИХ УГІДЬ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Закон України «Про мисливське господарство та полювання» дає дефініцію, що мисливські угіддя - ділянки суші та водного простору, на яких перебувають мисливські тварини і які можуть бути використані для ведення мисливського господарства. Надання права використання мисливських угідь дає можливість використовувати тваринний світ через ведення мисливського господарства. Рішення про надання у користування мисливських угідь відповідно до статті 22 ЗУ «Про мисливське господарство та полювання» приймає обласна рада.

Практика прийняття рішень щодо надання у користування мисливських угідь показує, що за ухвалення рішення щодо надання у користування мисливськими угіддями сплачуються хабарі у 500 тис. доларів США [1]. На жаль, навіть агресор Російська Федерація, використовує конкурентні підходи по визначення вартості мисливських угідь. Так, в окупованому Українському Криму через механізм аукціону, який відбувся 2 липня 2019 року, за понад 16

млн. російських рублів продали 4, 1 тис га мисливських угідь[2], тобто, один гектар українських мисливських угідь вартує біля 30 доларів США. Можна спрогнозувати, якщо на даний час в Україні обліковується біля 40 млн. га, то через бездіяльність службових осіб Україна не отримала до різних бюджетів понад 1 млрд. доларів США. У Німеччині, площа якої у два рази менша, ніж України, щорічна плата за користування мисливськими угіддями становить 340 млн. євро [3].

Тому на нашу думку необхідно ввести у механізм публічного використання мисливських угідь їх конкурентне надання. Для цього слід використати історичний досвід публічного управління Галичини де відповідні рішення ухвалювались виключно використовуючи механізм аукціону де визначається ринкова вартість мисливських угідь. В Україні стаття 24 Закону України «Про мисливське господарство та полювання» визначає, що кожен власник, або й навіть користувач земельної ділянки має право отримувати кошти за надання для ведення мисливського господарства площі (сервітут). Аналіз правозастосування даної вимоги показав, що дана норма не застосовується.

Якщо подивитись з історичного контексту, то польський Станиславівський воєвода видав розпорядження від 16 травня 1923 року, в якому зобов'язав старост через високу інфляцію прив'язати вартість оренди права полювання до вартості зайця, а саме: вартість оренди 40 га мисливських угідь повинна була становити не менше, як вартість однієї голови зайця [4]. Слід сказати, що за Другої Речі Посполитої польська влада у питанні оплати за мисливські угіддя була, на жаль, більш приязно налаштована до селян, які в основному були української національності, на відміну від теперішньої -української.

Іншою важливою проблемою раціонального використання земельних ресурсів в галузі мисливського господарства є різке зменшення площі мисливських угідь. Площа мисливських угідь відповідно до публічного звіту ДАЛР за 2018 р. становить 40 млн. га, тоді як загальна площа України – 60,3 млн га. Площа мисливських угідь в Україні становить лише 66,3%, тоді як в країнах Європи цей показник сягає до 90%. Якщо б в Україні площа мисливських угідь становила 90%, то загальна площа мисливських угідь була б не 40 млн га, а 54,2 млн га., тобто, на 14,2 млн га більшою. Хочеться також зазначити, що густина населення в Європі є вищою від двох до десяти разів.

Зменшення площі мисливських угідь (на 14,2 млн га) через неефективність органів публічного управління не дає можливості в Україні додатково створити як мінімум 2 тис. робочих місць у галузі мисливського господарства. Так, відповідно до статті 29 Закону України «Про мисливське господарство та полювання» користувачі мисливських угідь повинні утримувати єгерську службу: одного єгеря – на 5-10 тис. га мисливських угідь. На думку авторів Проекту моделі реформування і розвитку мисливського господарства України (червень 2015), дійшли до узгодженої позиції: «...тривале перебування мисливських угідь у статусі державного мисливського резерву, або запасу своєю чергою також стають причиною нераціонального використання мисливських угідь. Адже площа мисливських угідь в Україні становить лише 62%, тоді як у країнах Європи цей показник сягає до 90%.

З часів незалежності України галузь мисливського господарства знаходиться у хронічній збитковості. В середньому окупність становить лише 50 %. На моє переконання через недбалість органів публічного управління до компетенції яких відноситься прийняття рішення щодо надання в користування мисливських угідь не дає змогу раціонально використовувати державний мисливський фонд. Вилучення з користування 30 % площі мисливських угідь має не лише негативні економічні наслідки, але й також екологічні. Через те що на цій площі ніхто не веде мисливське господарство тут свою увагу зосереджують браконьєри, не регулюється чисельність хижаків, не проводяться протиепізоотичні заходи.

Належне управління в частині використання мисливських угідь має не лише економічну але й політичну складову. На даний час у суспільстві точиться дискусія щодо обігу земель сільськогосподарського призначення. Адепти мораторію на продаж землі звертають увагу на недоцільність зняття через високу корупцію в органах державної влади та місцевого самоврядування. Практика надання у користування мисливських угідь та адміністрування

законодавства, щодо їхньої оплати показує, що вони мають підстави для аргументування мораторію. То ж галузь мисливського господарства з метою підвищення економічної ефективності, екологічної складової потребує перегляду політики органів публічного управління до компетенції яких відноситься правозастосування щодо використання мисливських угідь.

1. Група чиновників встановила нечувану суму хабара за мисливські угіддя [Електронний ресурс]. URL: <https://lenta.ua/ua/grupa-chinovnikiv-vstanovila-nechuvanu-sumu-habara-za-mislivski-ugiddya-16009/>

2. В Криму продали охотничьи угоды угіддя [Електронний ресурс]. URL: <http://news.allcrimea.net/news/2019/7/3/v-krymu-prodali-ohotnichii-ugodya-119257/>

3. Проців О.Р. Проблеми формування та реалізації конкурентної політики органами публічного управління у галузі використання тваринного світу // Проблеми формування та реалізації конкурентної політики: Матеріали VI міжнародної науково-практичної конференції (19-20 вересня 2019 р.) – Львів ТзОВ «Галицька видавнича спілка», 2019. – С. 102-104.

4. L. 3755/VII. a. Stanisławów, dnia 16. maja 1923. Sprawy gospodarstwa łowieckiego. Okólnik Nr. 87/23. Do wszystkich Panów Starostów. // Dziennik urzędowy województwa Stanisławskiego. – 1923. – № 11. – S.10-12.

ПУШАК Г.І.

Національний університет «Львівська політехніка»

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ЦІНОУТВОРЕННЯ У ВІТЧИЗНЯНОМУ ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Житлово-комунальне господарство (ЖКГ) є однією з найважливіших галузей господарського комплексу будь-якої країни, адже забезпечує життєздатність населення, з одного боку, та виробничо-господарську діяльність підприємств з точки зору постачання ресурсів, з іншого. Проте, сьогодні у вітчизняному ЖКГ існує багато проблем, однією з найважливіших серед яких є ефективність системи ціноутворення.

Непрозорість процесу формування ціноутворення у сфері ЖКГ, достатньо невисокий рівень комунікації суб'єктів, які безпосередньо беруть участь у ньому, із кінцевими споживачами, насамперед населенням, спричиняють зростання рівня соціальної напруги в суспільстві, що зумовлено низьким рівнем платоспроможного попиту населення та невисоким рівнем довіри до державних регуляторів даної сфери. З огляду на це, проблемні питання функціонування вітчизняної сфери ЖКГ та підвищення рівня обґрунтованості й прозорості ціноутворення у ній актуалізуються як ніколи не лише у соціальному, але й у виробничо-господарському аспектах.

У дослідження обраної проблематики зробили вагомий внесок такі вчені, як: Мельник І.Г., Полуянов В.П., Запатріна І.В., Лебеда Т.Б., Гура Н.О., Бражнікова Л., Апостолук О., Яковенко Р.В.

Стабільне та систематичне зростання цін на житлово-комунальні послуги є результатом не завжди виваженого та ефективного державного макроекономічного регулювання, що без запровадження дієвих компенсаторів формує передумови до зубожіння малозабезпечених верств населення та послаблення конкурентних переваг вітчизняних виробників як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках.

Зростання питомої ваги витрат домогосподарств у загальному обсязі їх споживчих видатків зокрема, та стрімке підвищення цін на енергоносії загалом, перешкоджає сталому

розвитку вітчизняної економіки, адже можливості щодо придбання інших послуг та товарів внаслідок таких негативних тенденцій значно знижуються, що спричиняє кволе зростання, а іноді й в окремих секторах скорочення національного виробництва, зменшення доходів до бюджетів різного рівня, зростання рівня безробіття, підвищення рівня соціальних витрат, стрімкі відтоки працездатного населення (кваліфікованого та молодого) за кордон з метою тимчасового й, на жаль, все частіше постійного працевлаштування.

Запровадження «ринкового ціноутворення» на послуги ЖКГ мало місце на тлі не до кінця сформованого ринку, адже у найбільш вигідних умовах опинились не генеруючі компанії (безпосередні виробники енергоресурсів - АЕС, ГЕС тощо), а монополізовані структури постачання (обленерго, облгази тощо), які перебувають в істотно кращих умовах у порівнянні з рештою учасників даного ринку. Доволі часто власне ці суб'єкти ринку диктують умови як виробникам, так і споживачам послуг, окрім того доволі часто у них виникають суттєві обсяги заборгованостей як перед бюджетом, так і перед генеруючими компаніями. Вітчизняна практика засвідчує, що такі борги перед державним бюджетом неодноразово списувались, а держава скеровувала на їх погашення перед їхніми контрагентами значні бюджетні асигнування у вигляді різного роду субвенцій, дотацій тощо.

Запровадження «ринкових цін» на енергоресурси, передусім газ, за останні п'ять років так і не дозволили вітчизняним добувним компаніям істотно наростити видобуток газу та посилити національну енергонезалежність.

Послаблення державного контролю за ціноутворенням у даній сфері через запровадження незалежних регуляторів, як свідчить досвід, не завжди позитивно впливає як на соціальну безпеку домогосподарств, так і на економічну безпеку держави та потребує системного удосконалення.

САВЧУК М.Ю., ГОШОВСЬКА О.В.

Національний університет «Львівська політехніка»

ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ ЯК ОСНОВА БРЕНДУ

На сьогодні кожен споживач має надзвичайний вибір товару, широкий асортимент послуг, існує безліч компаній, які хочуть завоювати увагу покупця. Ця проблема чітко відображається у виборі конкурентної стратегії підприємства.

Історично склалося так, що перед попередніми поколіннями не було такого суттєвого вибору у тому, що споживати. Наші пращури їли на обід те, що могли вполювати та відволокти до печери. Сьогодні ж цією печерою є полиці супермаркетів, у яких потрібно вибрати виробника та саме той продукт, який вам потрібний, адже існує сотні замінників. Впровадження нових технологій створили ще більший вибух вибору, адже тепер можливо почути думки інших людей, використати QR-коди, комп'ютери, телефони. І далі пропозиція буде лише збільшуватись. Це й стає новою вимогою для створення бренду – власне здатність захопити думки покупця, створити свою унікальну цінність та позиціонувати себе як лідера на ринку. Бренд — це абстрактне поняття, яке існує в нашій підсвідомості. Це не продукт або послуга, а її оболонка, не компанія, не річ, не предмет. Бренд — це ціннісні характеристики, думки, асоціації або емоції, які викликає продукт. Брендінг — це комплекс дій, спрямованих на формування іміджу продукту, тобто розробка бренду. Тому, бренд — уявлення, брендінг — формування цих уявлень [1].

Позиціонування – місце, яке бренд займає на ринку або в свідомості споживача. Це поняття схоже з автентичністю, але вторинне у порівнянні з нею. Наприклад, бренд Dior – це французький старовинний бренд, пов'язаний з особистістю Крістіана Діора (автентичність). А його позиціонуванням буде приналежність до французької моди сегмента люкс, жіночні образи, розкішні сукні. Іноді позиціонування і автентичність збігаються, що зазвичай справедливо для

брендів, які створили принципово нові товари або послуги, аналогів яких на ринку немає. Тоді вони позиціонуються саме за рахунок своєї інноваційності, яскравих відмінних ознак [2].

На сьогодні активно відбувається поділ на категорії товарів, не звертаючи увагу на те, як активно використовується брендинг. Все менше компаній залишається різноманітними в цих категоріях. Вони існують в свідомості покупців, але на цьому закінчується їх функція. Вони просто не позиціонують себе унікальними, диференційованими.

Що ж відбувається з унікальною товарною пропозицією та чому так важко відокремити себе від конкурентів у ринковій «боротьбі»? Відповідь на це питання була дана ще у далекому минулому. У 1960 році Россер Рівс, голова рекламного агентства, був відомий як засновник агресивної реклами. Він написав дуже популярну на той час книжку «Реальність і реклама» (Reality in Advertising, New York: Knopf, 1961). Його книжка була перекладена 28 мовами й широко використовувалась як навчальний посібник в університетах. Багато в чому вона заклала початок сучасного маркетингу.

У своїй книжці він представив і визначив концепцію, що називається «унікальною торговою пропозицією», або УТП. За Россером, УТП – це точний термін, тому він дав йому визначення, яке складається з трьох частин:

1. Кожна реклама повинна містити пропозицію споживачеві. Не тільки слова, не просто вихваляння продукту, не лишень красива вітрина. Реклама повинна звертатись до кожного адресата зі словами: «Купіть цей продукт, і ви отримаєте особливу вигоду».

2. Пропозиція має бути такою, яку не пропонує або не може запропонувати конкурент. Вони повинна бути унікальною – інакше вам не вдасться створити послання про унікальність вашого бренда.

3. Пропозиція повинна бути настільки потужною, щоб зворушити мільйонні маси (тобто залучати нових клієнтів до вашого продукту).

Він продовжував цю тему, стверджуючи, що більшість тогочасної реклами – це «втомлене мистецтво вихваляння». Не було в ній справжнього послання до споживача [3].

Сьогодні набагато важче підтримувати концепцію унікальної пропозиції або відмінності чи вигоди. Це відбувається через те що, існує численна кількість нових виробників, які вдаються до позиції «я також» відповідно до нових лозунгів старих виробників. Тобто, щоб виробник запам'ятався, потрібно впроваджувати новітні технології, які проектувались тривалий час, щоб стати лідером ненадовго. Тенденції у конкуренції спираються на наслідування компаній-конкурентів. Бути конкурентоспроможним означає також навчитись успіху у конкурентів.

Проте диференціювати можливо все, починаючи від товарів широкого вжитку та закінчуючи люкс-брендами. Це буде важко, адже потрібно працювати, а саме удосконалювати, модернізувати й оновлювати свої технології, ніколи не залишатись на місці, здійснювати аналіз конкурентів. Прикладом у цьому може стати компанія Gillette, яка кожні кілька років впроваджує продуктивні новинки, і це допомагає їй залишатися на вершині.

Напевно найвідоміший професор Гарвардської бізнес-школи Майкл Портер говорить про диференціацію таким чином: «Операційна ефективність означає, що ви приймаєте участь у тих самих перегонах, але біжите швидше, однак стратегія передбачає, що ви виберете інші перегони, ті, у яких налаштовані виграти» [4].

Елементи, які не завжди створюють диференціацію:

1. концепція якості та орієнтації на клієнта, адже головне щоб не компанія знала споживача, а споживач запам'ятав її.

2. креативність у рекламі, адже вона настирливо намагається щось продати, то її послання може бути проігнороване, так само вона викликає емоційне забарвлення, проте раціональні споживачі не керуються емоціями. Потрібно дати людині підставу купити продукт саме у цього виробника.

3. ціна, адже якщо ціна є осередком маркетингової діяльності, то продукт ніколи не сприймуть як унікальний.

4. широкий асортимент, це призводить до того, що пересічна людина не в змозі зробити вибір й ухвалити рішення про покупку.

В основі диференціації завжди має бути логіка. Логічний аргумент – це аргумент неспростовний, незаперечний, переконливий, обґрунтований і чіткий. Він показує майстерність мислення або обґрунтування. Можна сформулювати кроки, які притаманні для диференціації:

1. Наділити контекст сенсом – кожне посилення повинне мати сенс.

2. Знайти ідею диференціації – бути єдиним у своєму роді, пошук відмінності від конкурента.

3. Забезпечити підтвердження – надання ідеї реальності та правдивості.

4. Заявити про свою відмінність – розповсюджувати ідею повсюди за допомогою реклами, брошур, сайту та торгових презентацій.

Отже, для підтримання своєї унікальності, тобто створення позиціонування бренду у свідомості споживачів, потрібно модернізуватись та диференціюватись. Адже компанії, які залишаються на місці, йдуть згодом в забуття. Потрібно підтримувати свою видимість, бути узгодженим приймаючи важкий вибір, залишатись на зв'язку з споживачами, розвивати свою відмінність, не сидіти склавши руки та розвиватись лише через зовнішні, поверхневі зміни, а й впроваджувати нові технології. Все це дасть змогу захистити бренд від конкурентів та стати лідером в певній категорії товарів.

1. У чому полягає сила бренду: розставимо всі крапки над «і» [Режим доступу] - <https://rubarbs.com/ua/article/v-chem-zaklyuchayetsya-sila-brenda-rasstavim-vse-tochki-nad-i>

2. Позиціонування або диференціація і з чим його їдять [Режим доступу] - <https://goldwebsolutions.com/uk/blog/pozicionuvannya-abo-diferenciaciya-2/>

3. Диференційоюся або помри / Дж. Таут у співавторстві зі Ст. Рівкіном; пер. з англ. Я. Машико.- Харків: Вид-во «Ранок»:Фабула,2019.

4. «The Return of Michael Porter», *Fortune* (1 лютого, 1999).

САВЧУК М.Ю., ДАНИЛОВИЧ-КРОПИВНИЦЬКА М.Л.
Національний університет «Львівська політехніка»

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ЕЛЕМЕНТ БЕЗПЕКОВОЇ ЗАГРОЗИ

На сьогодні Інтернет є засобом впливу на суспільство з метою нав'язування потрібних інтересів через інформаційний вплив. Він допомагає впливати на формування громадської думки, прийняття політичних, економічних і військових рішень, вражає інформаційні ресурси противника через поширення спеціально підготовленої інформації (дезінформації). Збільшення використання мережі Інтернет для підтримання інформаційної «війни» зумовлено наявністю її суттєвих переваг перед звичайними засобами і технологіями (див. табл. 1).

Є два різні способи, за допомогою яких людина отримує інформацію в мережі: через зв'язки в соціальних мережах і під впливом зовнішніх немережевих джерел (традиційні ЗМІ) [2]. Соціальні мережі (від англ. Social networking service – платформа, онлайн сервіс або веб-сайт) відіграють фундаментальну роль у поширенні інформації, призначені для побудови, відображення та організації соціальних взаємовідносин, візуалізацією яких є соціальні графи [3].

Соціальні мережі сьогодні проникли майже в усі сфери людського життя, проте крім очевидних можливостей і переваг, які приносить їх використання, існує і ряд серйозних загроз. Більшість з нас сприймають Інтернет-спільноти як розвагу, але майже ніхто не замислюється про важливість дотримання правил безпеки в соціальних мережах. Популярні соціальні мережі є небезпечним місцем для публікації особистих даних - ESET.

**Суттєві переваги використання мережі Інтернет
для створення несприятливої ситуації в країні***

Перевага	Характеристика
Оперативність	Розміщення і регулярне оновлення інформації не вимагають значного часу на підготовку матеріалів в електронному вигляді. При цьому користувачі отримують її в режимі реального часу.
Економічність	Є наслідком залучення невеликої кількості персоналу і матеріальних засобів для вирішення поставлених завдань.
Скритність джерела впливу	Акт агресії в глобальній мережі важко відрізнити від дії звичайних комп'ютерних хуліганів. Відстежити ж джерело досить складно.
Дистанційний характер впливу на комп'ютерні системи в різних регіонах світу	В оглядах порушень мережевої безпеки регулярно повідомляється про виявлені наслідки ефективних дистанційних впливів на комп'ютерні мережі різних країн.
Масштабність можливих наслідків	Крім впливу на формування громадської думки, на позиції офіційних осіб, які приймають найважливіші рішення, використання глобальної мережі для деструктивних впливів може призвести до порушення нормальної роботи або тривалого виводу з ладу життєво важливих об'єктів і систем в окремих районах, країнах або регіонах.
Комплексність подачі інформації та її сприйняття	На Інтернет-сторінках розміщується як текстова, так і графічна інформація в найбільш зручному для сприйняття вигляді. Використання ж сучасних мультимедійних технологій, що дозволяють демонструвати документальні свідчення, фото та відеоматеріали при спеціально підібраному супроводі (коментарі, музика), надає на користувачів додаткове емоційний вплив.
Доступність інформації.	Користувачі Інтернету отримують доступ до інформації, наявної на серверах різних країн, минаючи прикордонні, цензурні й інші бар'єри. При цьому будь-який користувач може розмістити власну інформацію (нерідко безкоштовно) на серверах, зареєстрованих в інших державах.

*Сформовано на основі джерела: [1]

Поступово зловмисники проникли в Інтернет-спільноти і почали використовувати їх як новий інструмент для пошуку інформації про потенційних жертв. Відомі непоодинокі випадки, коли зловмисники використовували особисті сторінки працівників певних компаній для створення фішингових атак. Згідно з "Індексом комп'ютерної безпеки Microsoft", який щорічно вимірює рівень безпеки онлайн-поведінки користувачів понад 20 країн, через фішинг та інші форми інтернет-шахрайства користувачі втратили понад 5 млрд дол., через зіпсовану онлайн-репутацію — майже 6 млрд. У цілому фінансові втрати через різні загрози в мережі становлять 23 млрд.\$ на рік. Навіть не дуже досвідчені користувачі навряд чи відкриють посилання або вкладення з листа з великою кількістю помилок та незрозумілих символів. Однак коли фішингова атака точно націлена на певного користувача та виконана якісно, існує значний ризик того, що жертва відкриє шкідливе повідомлення [4].

Також як і в реальному житті, найбеззахисніші перед загрозами віртуального дорослого світу є діти. Так, згідно зі статистикою, 96% юних українців віком від 10 до 17 років користуються Інтернетом. При цьому 51% їх не має жодного уявлення про загрози, які там чатують.

Дослідження, проведене Гарвардським університетом, виявило три найпоширеніших реальних загроз віртуального світу:

- сексуальні домагання;
- кіберагресія;
- доступ до шкідливого й нелегального контенту (популяризація порнографії, віртуальних наркотиків, суїциду тощо).

Одна з відносно нових для підростаючого покоління загроз — кібербулінг, віртуальний терор, найчастіше підлітковий. І якщо в реальному житті за скривджену дитину хтось заступиться, то в Інтернеті вона полишена сама на себе. Загрози і приниження однолітків можуть серйозно травмувати психіку.

Однак не тільки діти стають об'єктами таких кібератак. Тролінг (розміщення провокаційних повідомлень із метою викликати конфлікти між учасниками, взаємні образи

тощо) націлений, швидше, на дорослих. І останнім часом нерідко стає одним зі способів ведення інформаційних війн [5].

Отже, у наш час соціальні мережі є невід'ємною частиною життя кожного громадянина. Проте потрібно пам'ятати про загрози, які може принести нераціональне використання інтернету. Ці проблеми постають, як на особистому та комерційному, так і на державному рівні.

Всі вони створюють негативний відгук у психологічному житті кожної людини, тому важливим є перевірка інформації, яка подається у різних джерелах, перевірка сайтів, які вимагають персональних даних та особиста безпека у соціальних мережах.

1. *Загрози інформаційної безпеки держави в соціальних мережах.* А.М. Пелецишин, Р.В. Гумінський. *Наука і техніка Повітряних Сил Збройних Сил України.* 2012. № 2(11).

2. *Типове положення про службу захисту інформації в автоматизованій системі: веб-сайт.* URL: http://www.dsszzi.gov.ua/dstszi/control/uk/publish/article?art_id=39738&cat_id=38.

3. *Соціальна мережа (Інтернет): веб-сайт.* URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki>

4. *Загрози безпеці в соціальних мережах — як уникнути інфікування: веб-сайт.* URL: <https://eset.ua/ua/news/view/698/ugrozy-bezopasnosti-v-sotsialnykh-setyakh-kak-izbezhat-zarazheniya>

5. *Загрози віртуальності: веб-сайт.* URL: <https://dt.ua/socium/zagrozi-virtualnosti.html>

САВЧУК М.Ю. СКОРИК Г.І.

Національний університет «Львівська політехніка»

РИНОК ЗЕМЛІ: ПЕРСПЕКТИВИ І РИЗИКИ ДЛЯ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ

Земля є одним із головних активів України. Ефективне її використання виступає фактором економічного зростання. Саме тому актуальним є питання земельної реформи і запровадження вільного обігу земель сільськогосподарського призначення. Дискусія щодо зняття мораторію на продаж земель сільськогосподарського призначення і запровадження вільного їх обігу швидше за все добігає кінця про свідчить розгляд відповідного законопроекту Верховною Радою України. З одного боку відсутність розвинутого ринку землі розглядається стримуючим фактором розвитку аграрного сектору, а з іншого – його відкриття несе загрозу зосередження великих ділянок землі в руках невеликої кількості заможних суб'єктів і нерівність умов господарювання для фермерських господарств порівняно із великими агрофірмами.

Як відомо, Світовий банк і Міжнародний валютний фонд продовжують висловлювати чітку позицію щодо вимоги зняття мораторію та наполягають на важливості відкриття ринку землі в Україні. Згідно з прогнозами МВФ, після скасування мораторію ціни на землю зростуть втричі. Окрім цього, землевласники зможуть отримувати кредити під заставу землі [1]. Головним аргументом є те, що мораторій негативно впливає на стабільність гривні, не дає розвиватись середнім та малим фермерам. Дія мораторію позбавляє фермерів доступу до інвестицій. Оскільки земля не може бути предметом застави, то банки не кредитують малі й середні підприємства. Доступ до інвестицій мають лише великі агрохолдинги, які, орендуючи сотні тисяч гектарів ріллі, отримують кредитні ресурси від іноземних інвесторів [2].

На сьогоднішній день в Україні діє «чорний» ринок землі, або її оренда на 49 років. Це зумовлює низьку орендну плату, що вигідне тільки орендарям і загалом негативно впливає на економічну ситуацію в країні. Бажання теперішньої влади змінити становище цілком зрозуміле та раціональне. Адже з запровадженням ринку землі протягом наступного десятиліття притік коштів від прямих інвестицій в придбання землі може скласти 25-50 мільярдів доларів США. Приблизно такі ж суми можуть бути надані у вигляді фінансування під заставу землі. До 85%

від цього фінансування може піти на розвиток малого і середнього підприємництва на селі. При таких інвестиційних обсягах та відповідній корекції податкових питань, податок на сільськогосподарські землі може щорічно принести в бюджет 50-60 млрд. грн., податок на операції із землею 5-10 млрд. грн., податки від економічної діяльності пов'язаних бізнесів та загального зростання економічної активності сільського населення – ще 10-20 млрд. грн. [3].

Ще один ефект – створення нових робочих місць за рахунок збільшення прямих інвестицій. Стандартної для всіх галузей залежності немає, але у випадку з відкриттям ринку землі, буде працювати наступна формула: \$1 млн. додаткових прямих інвестицій приносить близько 20-30 додаткових робочих місць. Отже, кумулятивний ефект в агросекторі за наступні 10 років може скласти приблизно 1-1,5 млн. робочих місць [3].

До вирішення цієї проблеми потрібно підійти зважено, адже потрібно звернути увагу на бажання агрохолдингів та дрібних фермерських господарств, чиє протистояння існує довгий час. При середній орендній платі 2-4 тис. грн./га великим фірмам вигідно існувати. Запровадження вільного обігу земель сільськогосподарського призначення спричинить підвищення їх ціни, внаслідок чого агрохолдинги за свої 300-400 тис. га будуть змушені платити мільярди, або підвищувати ефективність за умови зменшення земельних площ.

У європейських країнах як правило аграрні підприємства – це малі і середні фермерські господарства, ефективність діяльності яких оцінюється в 1,2 тис. до 3 тис. дол. США з гектару (в Україні біля 500 дол.). При цьому держава зберігає за собою право контролю за ефективністю використання сільськогосподарських земель. У світі існує практика скасування можливості займатися рослинництвом при неправильному обробленні землі.

Впровадження вільного обігу земель сільськогосподарського призначення вимагає виваженої політики і законодавчої бази, інвентаризації земель України і ліквідації корупційних схем на ринку землі.

Власники та керівники агрохолдингів загалом підтримують скасування мораторію, але враховуючи інтереси землевласників. Вважається, що це вирішить питання належної реалізації права власності для громадян на землю, адже сьогодні існує багато прихованих форм відчуження землі, та сприятиме залученню мільйонних інвестицій в аграрну сферу. Одні власники агрохолдингів висловлюють ідеї якнайшвидшого скасування заборони відчуження землі та надання права вільно розпоряджатися землею, що вирішить наявну несприятливу ситуацію для землевласників. Інші вважають, що скасування має відбуватися поступово за умови наявності безпечного механізму продажу землі, оскільки непідготовлене скасування мораторію може призвести до ще більш несприятливих наслідків для землевласників [1].

Пом'якшити перехідний період можуть кредити від держави, вважає Микола Стецьків фермер з Львівщини: «Ті облікові ставки, які сьогодні пропонують банки у 18-20% річних – непосильна зацінка для пересічного аграрія. Але якщо держава зможе виділити під придбання землі кошти, які компенсують банківські відсотки, і фермер сплачуватиме тіло кредиту, плюс 1-2 % річних, такий механізм значно спростить впровадження закону»[2].

Згідно з оцінками фахівців, в перший рік запуску ринку землі фермерам потрібно буде понад 3 млрд. доларів для викупу землі у пайовиків. Тому банки активно розробляють спеціальні кредитні продукти для аграріїв.

Так, в «ПриватБанку» кредитна програма на покупку землі вже в роботі. Хоча її параметри та умови можна буде обговорювати тільки після ухвалення відповідних законів.

Водночас голова правління «ОТП Банку» Тамаш Хак-Ковач повідомив, що очікує на два кредитні продукти. «Один для дрібного фермера із земельним банком від 500 до 2 тис. гектарів. У нас це називається агрофабрика – простий продукт, потрібна проста документація, без застави, це швидке рішення», – розповідає він. Другий продукт для середніх агрохолдингів, що мають від 30 тис. до 100 тис. гектарів. Буде і третя група позичальників – це найбільші холдинги, які вже мають доступ до міжнародних фінансових ринків[4].

На нашу думку, скасування мораторію є раціональною дією, проте потрібно створити інфраструктуру: аграрний банк та відповідний регулятор відносин у цій сфері і ефективності використання ґрунтів. Також важливою є повнота заповнення земельного кадастру, який

вважається гарантією прав землевласників, а також підтвердженням, що земельна ділянка є повноцінним об'єктом нерухомого майна.

1. *Проблеми мораторію чи проблеми з мораторієм?* : веб-сайт. URL: <http://yur-gazeta.com/publications/practice/zemelne-agrarne-pravo/problemi-moratoriyu-chi-problemi-z-moratoriem.html>

2. *Продати землю, але не Батьківщину: чого остерігаються та що очікують українці від скасування «земельного мораторію»* : веб-сайт. URL: <https://dyvys.info/2019/12/27/prodaty-zemlyu-ale-ne-batktivshhynu-chogo-osterigayutsya-ta-shho-ochikuyut-ukrayintsi-vid-skasuvannya-zemel'nogo-moratoriyu/>

3. *Що дасть Україні вільний ринок землі?* : веб-сайт. URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2015/04/22/7065528/>

4. *Українські банки готують спеціальні кредити для фермерів перед відкриттям ринку землі*: веб-сайт. URL: <https://zaxid.net/news/>

САДОВА У.Я., МАНДЮК Я.Ю.

Національний університет «Львівська політехніка»

ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА Й РОЗВИТОК ПРОФЕСІЙНИХ РИНКІВ ПРАЦІ

У даний час цифрова економіка (ЦЕ) є феноменом, котрий диктує усім державам світу парадигму розвитку нових напрямків в економіці, в т.ч. ринку праці. Вона пов'язана з широким використанням інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), відкриває нові можливості розвитку інформаційного суспільства (його способу життя, освіти, праці і відпочинку). Запровадження інформаційно-цифрових платформ у виробничий процес, у сервісну індустрію розглядається державами як драйвер підвищення конкурентоспроможності не лише усього виробництва в країні. Фахівці переконані, що "нові платформи, створені спеціально для доступу через смартфони або інші мобільні гаджети, залучають і збирають безліч людей, попутно створюючи абсолютно новий вид споживання. Людині або компанії все легше створювати капітал, що змінює робочі і соціальні умови. Всі ці нові платформи множаться і діляться на більш конкретні ринки послуг - новітніх торговельних послуг, кейтерінгу, паркування, масажів тощо. В цілому можна вважати новим трендом людиноцентризм малого та середнього бізнесу у глобальному масштабі"[1]. Впровадження ЦЕ (Індустрії 4.0) у роботу підприємств дає змогу отримати різні економічні ефекти (зокрема, майнинг "mining", торгівля криптовалютами). Від реалізації потенціалу ЦЕ залежать зміни у побудові моделей галузевих й регіональних ринків. Цифрова економіка містить у собі різні соціальні й економічні ризики, перш за усе, пов'язані із великою втратою робочих місць. Так, учені Оксфордського університету прогнозують зникнення у світі до 2040-2045 рр. 47% робочих місць[2]. В 2013 році інші британські вчені Карл Фрей та Майкл Осборн, дослідивши 702 професії, вивели показник залежності між ризиком зростання безробіття та ростом автоматизації виробництва. Вони вказали на суттєву асиметрію ризиків зникнення й навпаки збереження окремих професій у майбутньому (табл. 1)[3].

В Україні запуск вказаних платформ закріплено на державному рівні в Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки [4]. Інституційний супровід реалізації курсу міститься у затвердженому КМУ Положенні про Міністерство цифрової трансформації України[5], й, зокрема, у Плані його роботи на 2020 рік [6]. Для прикладу, у документі йдеться про реалізацію комплексу заходів в частині забезпечення доступу громадянам України усіх публічних послуг онлайн, користування ними високошвидкісним

Інтернетом на всіх міжнародних автошляхах та в усіх населених пунктах, вільного набуття цифрових навичок, розвитку і підтримки ІТ-галузі тощо.

Таблиця 1

Професії, залежні від потенційного впливу технологічних інновацій

Професії, найбільш залежні	Ступінь ризику 1%	Професії, найменш залежні	Ступінь ризику 0%
Телефонні продажі	0,99	Соціальні працівники	0,0031
Оформлення документації	0,99	Хореографи	0,004
Страхові оцінщики	0,98	Терапевти і хірурги	0,0042
Посадові особи у спортивній галузі	0,98	Психологи	0,0043
Секретарі з правових питань	0,98	Управляючі кадровими ресурсами	0,0055
Офіціанти і хостеси	0,97	Аналітики комп'ютерних систем	0,0065
Агенти з продажу нерухомості	0,97	Антропологи і археологи	0,0077
Підрядники в індустрії сільського господарства	0,97	Суднобудівельники	0,01
Секретарі-адміністратори	0,96	Менеджери з продажів	0,013
Кур'єри	0,94	Генеральні директори	0,015

Окремими строками виділено такі завдання як впровадження навчання новим «цифровим професіям» у 10 ВНЗ (за згодою МОН України), робота із внесення у державний класифікатор професій «Цифрові професії» (спільно з МЕРТ та МОН України) тощо. На практиці найбільш стрімкі зміни очікуються в транспортно-логістичній галузі, в функціонуванні комунальної інфраструктури, в освіті. Окрему нішу займає медицина, де наступні 20 років стануть епохою її персоналізації, комп'ютеризації і біотехнологізації як галузі. Такі ж ідеї були озвучені на Всесвітньому економічному Форумі (панель "Коли Твій доктор робот") [7]. Інновації розширюють ринок медичних послуг, додаючи цілу масу нових робочих місць. Проте, процеси автоматизації не загрожують навіть найменш кваліфікованому персоналу. У Львівській області динаміка показників забезпеченості мешканців лікарями та середнім медичним персоналом (СМП) наступна: по лікарях на 10 тис. нас.: від 52 в 1995 р. до 55 - у 2017 р.; по СМП: від 111 ос. в 1995 р. до 101 ос. в 2017р.). Ще більш стійкі тренди фіксуються на районному рівні. Так, у Золочівському районі показники є від 32 до 35 осіб по лікарях та від 73 до 78 осіб по СМП. Загальний рівень захворюваності по району дорослого населення знизився з 690,5 в 2017 р. до 686,5 на 1000 населення 2018 р., а поширеність захворювань зберігається на однаковому рівні впродовж 2017-2018 років-1642,3-1641,1 на 1000 населення. Тобто, медицина залишиться цікавою, благородною і вигідною професією.

1. Четверта промислова революція: зміна напрямів міжнародних інвестиційних потоків: моногр. / за наук. ред. д.е.н., проф. А.І. Крисоватого та д.е.н., проф. О.М. Сохацької. – Тернопіль: Осадца Ю.В., 2018. – 478 с. // [Електронний ресурс]. Спосіб доступу: http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/33661/1/МОНОГРАФІЯ_ЧЕТВЕРТА%20ПРОМИСЛОВА%20РЕВОЛЮЦІЯ.pdf.

2. Philip Perry “No government is prepared,” *The Economist reports 47% of Jobs Will Disappear in the next 25 Years* [Електронний ресурс]. Спосіб доступу: <https://bigthink.com/philip-perry/47-of-jobs-in-the-next-25-years-will-disappear-according-to-oxford-university>.

3. *The future of employment: how susceptible are jobs to computerisation?** Carl Benedikt Frey† and Michael A. Osborne‡ September 17, 2013. // [Електронний ресурс]. Спосіб доступу: https://www.oxfordmartin.ox.ac.uk/downloads/academic/The_Future_of_Employment.pdf.

4. Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17 січня 2018 р. № 67-р. // [Електронний ресурс]. Спосіб доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80>

5. Питання Міністерства цифрової трансформації. Постанова Кабінету Міністрів України від 18 вересня 2019 р. № 856 // [Електронний ресурс]. Спосіб доступу: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pitannya-ministerstva-cifrovoyi-t180919> (9.02.2020р.).

6. Про затвердження плану роботи Міністерства цифрової трансформації України на 2020 рік Наказ Міністерства цифрової трансформації України №15 від 3.12.2019 р. // [Електронний ресурс]. Спосіб доступу:

7. https://thedigital.gov.ua/storage/uploads/files/page/ministry/%D0%9D%D0%B0%D0%BA%D0%B0%D0%B7_%D0%BF%D1%80%D0%BE_%D0%B7%D0%B0%D1%82%D0%B2%D0%B5%D1%80%D0%B4%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F_%D0%9F%D0%BB%D0%B0%D0%BD%D1%83_%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%BE%D1%82%D0%B8.pdf (9.02.2020-р.)

8. Давос-2020. Сочувствие доктора важнее, чем роботы в медицине (21.01.2020) // [Електронний ресурс]. Спосіб доступу: <https://tech.liga.net/technology/novosti/menya-budet-lechit-robot-v-davose-obsudili-naskolko-eto-realno>

САДОВА У.Я., ЧАБАН В.С.

Національний університет «Львівська політехніка»

РИНОК ПРАЦІ У СФЕРІ ТРАНСПОРТУ: ВІД ЕПОХИ ПРАЦІ ЛЮДИНИ ДО ЕПОХИ АЛГОРИТМІВ

Сучасний розвиток будь-якої країни світу тісно пов'язаний з розвитком транспорту. Не випадково це питання є визначальною темою міжнародних самітів, конференцій, наукових форумів. Про нові види зв'язку та транспорту дискутують представники відомих автомобілебудівних гігантів, транснаціональних компаній тощо. Ідеї Ілона Маска про нові способи подолання простору заповнили шпальти провідних видань. Справді, ХХІ століття - це епоха мобільності й руху людини, ресурсів, інформації. І якщо у населення є потреба у нових засобах переміщення, то ніхто не зможе зупинити розвиток відповідної індустрії.

В Україні транспортна галузь має свою історію. Має свої проблеми і перспективи. Вирішення багатьох питань залежить від того як буде розвиватися відповідний (галузевий) ринок праці.

Нині у сфері транспорту зайнято 995,1 тис. осіб (згідно офіційних даних Державної служби статистики України). Це на 118,3 тис. осіб менше у порівнянні з 2014 роком.

Про перспективну потребу розвитку галузі свідчать наступні дані. Так, в Україні 35% компаній у сфері транспорту і зв'язку заявляє про проблеми у сфері забезпечення висококваліфікованими кадрами. Так, за даними спеціального рейтингу затребуваних професій в галузі логістики / зовнішньоекономічної діяльності/складу в 2018 році найбільш популярними в країні були водій-експедитор (потреба 1036 осіб), комірник на складі (194), менеджер ЗЕД (152), помічник комірника (118), вантажник комірник (108), комірник комплектувальник (86), менеджер логіст (69), диспетчер логіст (67), менеджер з транспорту (21), менеджер відділу постачання (13).

У стратегічному плані розвиток ринку праці транспорту пов'язаний з низкою викликів і обмежень. Серед них особливе місце займає соціально-економічний та ціннісно-політичний аспекти. Зупинимося на цих питаннях докладніше.

- Соціально-економічний аспект запровадження нових технологій у галузі транспорту

Інформаційні технології продовжують невпинно змінювати світ. Звичайно нові технологічні введення не могли не торкнутися сфери роботи. Річ йде не тільки про комп'ютеризацію і організацію робочих процесів, а також про те як ці зміни впливають на людей.

Останнім часом роботодавці відкрито заявляють про те, що працівникам не варто розраховувати на своє місце роботи як на постійне. Це пов'язано з тим, що великі корпорації прагнуть оптимізації робочих процесів для подальшої економії фінансових ресурсів. Також

варто сказати й про те, що компанії прагнуть роботизувати виробничі процеси для отримання більш якісного продукту. Варто зазначити, що на багатьох автомобільних заводах провідних марок відбувається активне скорочення робочих місць, адже людина більше не може конкурувати з роботом.

Аналітики різних консалтингових компаній заявляють, що до 2030 р. від автоматизації найбільше постраждають машинні оператори та працівники харчової промисловості. Футурологи говорять про те, що технології призведуть до вимирання таких професій як водії, працівники фабрик із виробництва автомобільних деталей та багато інших.

- Ціннісно-політичний аспект запровадження нових технологій у галузі транспорту

Переходячи до цієї теми передусім варто сказати про розвиток мультимодальних перевезень. Сьогодні мультимодальні перевезення активно розвиваються в ЄС, є одним із головних напрямів сучасної європейської транспортної політики, оскільки покликані зберегти навколишнє середовище зменшивши викиди вуглекислого газу. Існуюча в ЄС залізнична мережа, яка складається з близько 216 тис. км активних залізничних ліній, може запропонувати альтернативу автомобільному транспорту. За рахунок зростання товарообігу між країнами ЄС та країнами Південної Азії і Близького Сходу, а також перспективи розширення зовнішньоторговельних відносин України із зазначеними країнами підтверджується перспектива розвитку цього виду перевезень в Україні.

Говорячи про зменшення шкідливих викидів та збереження навколишнього довкілля варто зазначити, що в сучасній Європі лідируючу позицію займає німеччина, яка ще в кінці ХХ століття звернула свою програму розвитку атомної енергії. Також Німеччина дала обіцянку, що до 2030 р. повністю відмовиться від використання автомобілів з двигунами внутрішнього згорання.

В десятку найбільш автоматизованих країн у світі входять: Південна Корея, Сінгапур, Німеччина, Японія, Швеція, Данія, США, Італія, Бельгія та Тайвань. Йдеться не про розробку інновацій, а саме про темпи впровадження роботів у промисловості. При цьому Японія залишається провідним промисловим виробником роботів у світі: виробничі потужності японських постачальників на даний момент досягли більше 200 тис. одиниць.

Таким чином, Україна нині не входить навіть до переліку 40 країн, що використовують роботів у виробництві. Причини не лише у відсутності високотехнологічних галузей виробництва, але й у тому, що талановитим фахівцям важко себе зарекомендувати. Тому можемо говорити про те, що ближчим часом українці не залишаться без своїх робочих місць через роботизацію виробничих процесів, як у галузі транспорту, так і в інших галузях економічної діяльності.

1. Структурні трансформації у світовій економіці: виклики для України / Аналітична доповідь / В.Сіденко (керівник проекту) та ін. – Київ: Заповіт, 2017. – 182с. // [Електронний ресурс] Спосіб доступу: http://razumkov.org.ua/uploads/article/2017_svit_ecovom_Annotation.pdf

2. Статистичні дані по галузі автомобільного транспорту. Міністерство транспорту України. Спосіб доступу: <https://mtu.gov.ua/content/statistichni-dani-po-galuzi-avtomobilnogo-transportu.html>

3. Рынок логистических услуг: тренды и перспективы отрасли (интервью аналитика компании PRO Consulting Ивана Шпака). TradeMasterGroup // Электронный ресурс. Спосіб доступу: https://trademaster.ua/dir_logistik/312874

4. Механик А. Квант технологической революции. Интервью с академиком РАН А.П.Кулешовым. Эксперт, 2015, №36, С. 48-53. //Электронный ресурс. Способ доступа: <https://expert.ru/expert/2015/36/kvanti-tehnologicheskoy-revolyuitsii/>

5. Рынок логистических услуг: тренды и перспективы отрасли (интервью аналитика компании PRO Consulting Ивана Шпака). TradeMasterGroup // Электронный ресурс. Спосіб доступу: https://trademaster.ua/dir_logistik/312874

6. Державна служба статистики України//Электронный ресурс. Спосіб доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ЯК НЕОБХІДНА УМОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

Одним з пріоритетних завдань сьогодення є забезпечення сталого розвитку суб'єктів економіки на різних рівнях. Виділяючи три складові сталого розвитку бізнесу: економічну, соціальну та екологічну, – слід враховувати, що вони піддаються впливу чинників внутрішнього та зовнішнього середовища. Внутрішнє середовище є джерелом ризиків, якими можна управляти. Чинники зовнішнього середовища формують додаткові можливості для бізнесу або ж здійснюють негативний вплив на нього.

Ігнорування завдання щодо пошуку нових можливостей та їхнього використання в господарській діяльності може спричинити не лише втрату вигоди, але й за певних умов поставити під загрозу саме існування бізнесу. Загалом до таких чинників належать: зміна ринкових умов; зміна мезо- та макроекономічної ситуації; партнери; споживачі продукції; нові технології – як виробничі, так і організаційні тощо. Виявлення й аналіз нових можливостей є життєво необхідним для успішного ведення бізнесу [1, с. 87].

Ризики з низьким рівнем впливу не спричиняють суттєвих відхилень в показниках діяльності, а ризики середнього рівня вимагають додаткових витрат для їхнього подолання, але не потребують значних затрат часу. Загрозу для сталого розвитку бізнесу становлять ризики з високим рівнем тяжкості наслідків. Реалізація ризиків високого рівня характеризується такими фінансовими втратами бізнесу, які мають істотний негативний вплив на його основні фінансово-економічні показники, на поточну діяльність та можливість функціонування в майбутньому. Негативні наслідки можна подолати протягом тривалого періоду. У поточному періоді такий суб'єкт бізнесу буде фінансово неспроможний забезпечити реалізацію не лише економічних програм та проєктів, а й соціальних та екологічних. У гіршому ж випадку, коли підприємство неможливо оздоровити, бізнес підлягає ліквідації. Така ситуація загострює соціальні проблеми – працівники втрачають робочі місця.

Провадження бізнесу здійснюється в жорстких конкурентних умовах. Наявність комерційної таємниці забезпечує додаткові вигоди і викликає прагнення у конкурентів заволодіти нею, а у власників таємниці – зберегти та захистити її. У результаті аналізу, проведеного американською контррозвідкою, встановлено, що в 58 % випадків економічне та промислове шпигунство здійснювалось за завданням зарубіжних компаній, у 22 % – в інтересах іноземних урядів, у 20 % – приватних і державних зарубіжних наукових центрів і лабораторій. Менш розвинені країни переважно намагаються вивести технології, які доступні на комерційному ринку. У таких ситуаціях вони нерідко порушують правила експортного контролю. У той же час розвідка розвинених держав спрямована на отримання секретних розробок, використання яких може підвищити міць їхніх збройних сил [2].

Сталий розвиток бізнесу тісно корелює з якістю ризик-менеджменту, а, отже, з рівнем економічної безпеки бізнесу. Тому важливим питанням є виявлення, оцінювання та прогнозування впливу чинників зовнішнього та внутрішнього середовища на зміну рівня сталого розвитку бізнесу. Для кількісного оцінювання ризиків бізнесу в процесі забезпечення його сталого розвитку можливим є використання різних підходів, одним з яких є побудова моделі на основі нечіткої логіки.

1. Тумар М. Б. *Основи економічної безпеки підприємства: навчальний посібник*. К.: «Хай-Тек Прес», 2008. 232 с.

2. Андрущук Г. *Економічне шпигунство: зростання масштабів і агресивності. Частина 2. Оборонно-промисловий кур'єр: веб-сайт*. Url: <http://opk.com.ua/економічне-шпигунство> (дата звернення: 14.02.2020).

ДОСВІД ДІЯЛЬНОСТІ ПРИВАТНИХ ОХОРОННИХ СТРУКТУР ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН

Демократизація українського суспільства та розбудова сучасної системи публічного адміністрування зумовлює необхідність впровадження нових цінностей та принципів публічного менеджменту в діяльність владних інститутів, вимагає підвищення результативності їх функціонування та якості послуг, що надаються населенню.

Для розуміння особливостей публічного адміністрування у сфері діяльності приватних охоронних структур варто звернутись до зарубіжного досвіду, що демонструє ефективність взаємодії влади та приватного сектору на ринку приватних охоронних послуг.

Досліджуючи світовий досвід зазначимо, що у більшості країн світу у сфері надання охоронних послуг значне місце займають приватні охоронні структури.

Аналіз закордонного досвіду свідчить, що в іноземних державах для забезпечення правопорядку, поряд з державними службами широко використовують діяльність приватних охоронних структур. Загалом, уряди зарубіжних країн не тільки створюють умови та забезпечують розвиток приватних охоронних структур, а й користуються їхніми послугами.

Діяльність приватних охоронних структур є вигідною для держави: по-перше ці структури не фінансуються з державного бюджету, але надають охоронні послуги суспільству, по-друге, приватні охоронні структури здійснюють значні відрахування до держбюджету. Такими структурами є приватні детективні служби.

Аналізуючи країни європейської співдружності варто зазначити, що в Австрії існує практика інформування приватних детективів про нові тенденції та методи боротьби зі злочинністю. У Великобританії приватні детективні служби активно співпрацюють з державними правоохоронними структурами шляхом наявності своїх представництв у Постійній нараді МВС. Співпраця державних правоохоронних структур з приватними у ряді європейських країн (Греція, Німеччина, Туреччина, Швеція) полягає у здійсненні навчання поліцейськими приватних детективів, тобто діяльність останніх офіційно є допоміжною для державних правоохоронних структур.

Отже, зарубіжні країни характеризуються налагодженою взаємодією між поліцією та приватними охоронними структурами.

На законодавчому рівні більшість країн ЄС (виключення Австрія та Німеччина) регулюють юридичні відносини у сфері охоронної діяльності на основі спеціалізованого законодавства. У ньому прописані питання охоронної діяльності: порядок забезпечення безпеки фізичних осіб, охорона майна, охорона грошових коштів, монтаж і технічне обслуговування засобів і систем сигналізації. У Польщі це Закон від 26.07.1996 року № 1/26 «Про захист осіб та майна», який містить 58 статей в яких закріплено порядок охорони майна та людей в Польщі. У Законі вказано, що захист людей і майна здійснюється у таких основних формах: 1) прямий фізичний захист та 2) технічна охорона.

У більшості країн ЄС на законодавчому рівні (за винятком Чеської Республіки та Кіпру) до компетенції приватних охоронних структур віднесено заходи щодо безпеки фізичних осіб та їх майна в аеропортах та літаках під час польотів, що свідчить про високий рівень їх професіоналізму.

Досліджуючи законодавство Іспанії у сфері діяльності приватних охоронних структур зазначимо, що охоронна діяльність розглядається як складова громадської безпеки і регулюється спеціальним законом який визначає безпосередньо відносини, що пов'язані із алгоритмом дій персоналу охорони. Згідно з законодавчою базою Іспанії охоронна діяльність відбувається в рамках контролю держави за функціонуванням приватних охоронних служб з метою підтримки громадського порядку та захисту людей і майна. Тому контроль за

приватними службами безпеки входить до компетенції місцевої адміністрації через підпорядковані їй служби поліції. У Австрії забезпечення безпеки фізичних осіб і охорони права власності на договірних засадах регулюються нормами комерційного права, у Німеччині - статтями промислового кодексу.

Дослідники даної проблематики відзначають, що законодавство країн Європейського Союзу є спеціалізованим, оскільки в більшості держав-членів діють специфічні закони, спрямовані на забезпечення безпеки фізичних осіб і охорони права власності.

Законодавством країн Європейського Союзу органами адміністративного впливу на приватні охоронні структури визначено Міністерство внутрішніх справ та Міністерство юстиції. Усі країни ЄС (виняток Ірландія) від суб'єкта господарювання перед наданням охоронних послуг вимагають отримання обов'язкової ліцензії, що видається державними органами на певний термін. Як правило, ліцензія видається МВС або єдиним загальнодержавним органом ліцензування. Іншими відповідальними органами публічного адміністрування у сфері надання охоронних послуг є Міністерство праці, місцеві адміністрації, а в деяких країнах Міністерства оборони [1, с.32].

Складовим чинником публічного адміністрування в країнах ЄС у сфері охоронної діяльності є визначення кваліфікаційних вимог до працівників охорони. До основних вимог належать: високі ділові та особисті якості, відсутність судимостей, наявність уніформи та посвідчення, досягнення певного віку [1, с.34].

Майже усі країни Європейської Співдружності розробили правові норми для сфери приватних служб охорони. Тобто країни ЄС вводять мінімальні професійні кваліфікаційні стандарти для діяльності охоронних структур. Наприклад, у Республіці Польща виконувати охоронні функції можуть лише працівники охоронних структур, які отримали індивідуальні ліцензії першого чи другого ступеня. Необхідними умовами для отримання ліцензії першого ступеня є: польське громадянство або громадянство країн-членів ЄС, вільне володіння польською мовою, досягнення індивідом 21 року, наявність повної середньої освіти, дієздатність, відсутність судимостей, документально підтверджені стосунки з військовою службою. Для отримання ліцензії другого ступеня, крім вище перелічених умов, необхідно мати позитивну характеристику видану комендантом комісаріату поліції, довідка про психічне та фізичне здоров'я, закінчені курси працівника охорони першого ступеня та зданий екзамен. За видачу ліцензії здійснюється оплата. Ліцензія видається Міністерством внутрішніх справ [1, с.32]. Законодавство Іспанії встановлює наступні вимоги: бути громадянином однієї з країн ЄС, повнолітнім, мати відповідні розумові та фізичні здібності, відсутність судимості та наявність служби у збройних силах. Ліцензія видається Міністерством внутрішніх справ, яке і здійснює акредитацію, рівень якої повинен бути достатнім для здійснення приватної охоронної діяльності [1, с.35].

Підсумовуючи досвід діяльності приватних охоронних структур європейських країн відзначимо основні вимоги щодо їх створення та функціонування:

- обов'язкове отримання ліцензії від визначеного законодавством дозвільного органу;
- наявність універсальних мінімальних стандартів професійної кваліфікації персоналу;
- навчання охоронного персоналу;
- право на носіння та використання вогнепальної зброї;
- об'єднання приватних охоронних підприємств у спілки.

Отже, досвід діяльності приватних охоронних структур зарубіжних країн дає можливість виявити ряд особливостей функціонування даних структур, адаптувати ці особливості до сучасних умов нашої країни, що зумовить розвиток вітчизняного ринку надання приватних охоронних послуг.

1. Миронюк Р.В. Адміністративно-правове регулювання надання приватних охоронних послуг: монограф. / Р.В. Миронюк. –Дніпропетровськ: Дніпроп. держ. ун-т внутр. справ; Ліра ЛТД, 2016. -128 с.

БІЗНЕС-ТРЕНДИ ЗЛИТТІВ ТА ПОГЛИНАНЬ В СУЧАСНИХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСАХ

В сучасних умовах конкурентного середовища найважливішим фактором зміцнення та збереження передових позицій як на регіональному, так і міжнародному рівнях, є повна перебудова підприємства шляхом інтеграцій активів. Усі підприємства прагнуть рости та розширюватися, тому, зазвичай, існує два шляхи збільшення бізнесу – через внутрішнє зростання або зовнішню експансію. Злиття та поглинання є одним із зовнішніх шляхів зростання та часто зустрічається у бізнес-середовищі всього світу, оскільки допомагає подолати торговельні бар'єри та наростити капітал у різних регіонах. В умовах нестачі фінансових та інвестиційних ресурсів, посилення конкуренції у бізнесі участь в інтеграційних процесах на ринку злиття та поглинання є можливістю вийти на якісно та кількісно новий рівень розвитку.

Процеси злиттів та поглинань є важливою складовою корпоративної реструктуризації, основна концепція якої полягає в тому, що обидві компанії отримують більше цінностей, ніж тоді, коли вони є окремими суб'єктами міжнародного бізнесу. До того ж, даний процес є одним з основних способів збільшити свою конкурентоспроможність, розширити масштаби своєї діяльності та сфер впливу на окремому ринку.

В сучасних реаліях розвитку процеси злиття та поглинання набувають значних масштабів. В останні десятиліття злиття та поглинання були лише комерційною операцією, що була спрямована на контроль за активами, а не освоєння нової галузі або бізнесу. Останнім часом ці процеси значно відрізняються від традиційного їх сприйняття, адже в умовах сьогодення типове злиття чи поглинання має важливий стратегічний та оперативний характер, а зокрема: зростання економії на масштабі виробництва; збільшення частки ринкового сегменту; передача досвіду та технологій; зростання оптимальності каналів збуту та розширення географічних меж; розширення фінансових можливостей та стимулювання прямих іноземних інвестицій; трансформація в нові та перспективні галузі та ряд інших [1].

Однак, на противагу вищеописаним перевагам, в міжнародній практиці, відстежуються негативні наслідки, які виникають після процесів злиття чи поглинання компаній: втрата торгової ідентичності; проблеми пов'язані з внутрішньою інтеграцією; віддаленість у стосунках з персоналом та ряд інших [2].

Тим не менш, відстеживши динаміку ринків злиття та поглинання протягом останнього п'ятиріччя, світовий досвід показує стабільну висхідну тенденцію цих процесів як на регіональному, так і міжнародному рівнях. Через роки постійної політичної невизначеності та нестабільності ринку, ринок злиття та поглинання все ж залишається стійким. В цілому, спираючись на оцінку ринку злиття та поглинання консалтингової компанії Boston Consulting Group, у 2019 р. продовжилась серія активної діяльності кількості угод злиття та поглинання, беручи початок ще з 2014 р., загальна величина цих процесів збільшилася приблизно на 7% [3].

Разом з тим, порівнюючи першу половину 2019 р. з аналогічним періодом 2018 р., вартість угод різко знизилася в Європі (-60%) та Азіатсько-Тихоокеанському регіоні (-45%), найбільш різке зниження відбулося в Північній Америці (-22%) [3]. Подібні результати характеризуються, перш за все, через посилення торговельної напруги, вихід Великої Британії з Європейського Союзу, руйнування міжнародних альянсів та інших факторів, які несуть за собою глобальні наслідки.

Беручи до уваги те, що прогнози процесів злиття та поглинання на майбутні роки є позитивними, значна частина вже укладених угод все ще не відповідає досягненим результатам, які були спочатку передбачені та прогнозовані окремими бізнес-структурами. Для забезпечення

зростання угод в майбутні роки, необхідно робити акцент на більш традиційному розширенні клієнтської бази та диверсифікації власних продуктів та послуг, а не на технологіях.

Отже, найбільш значущою передумовою до здійснення процесів злиття або поглинання є забезпечення диверсифікації та інтернаціоналізації бізнесу, здобуття сильнішої стратегічної позиції на ринку. Слабка або не до кінця досконало вивчена ділянка може призвести до неправильної комбінації, що в кінцевому рахунку призведе до величезної втрати часу і ресурсів, які були присв'ячені процесу інтеграції.

1. Rachel Calipha, Shlomo Tarba and David Brock, *Mergers and Acquisitions: a Review of Phases, Motives, and Success factors.* URL: https://www.researchgate.net/publication/235298647_Mergers_and_acquisitions_A_review_of_phase_s_motives_and_success_factors / (Accessed: 15.01.2020).

2. Bhattacharyya H.K, *Amalgamation and Takeovers.* *Financial management.* pg. 1-11.

3. *The 2019 M&A Report: Downturns Are a Better Time for Deal Hunting.* URL: <https://www.bcg.com/publications/2019/mergers-and-acquisitions-report-shows-downturns-are-a-better-time-for-deal-hunting.aspx> / (Accessed: 03.02.2020).

СЛАВ'ЮК Р. А., ЛАВРЕНЮК А.В.
Національний університет «Львівська політехніка»

ФОРВАРДНІ КОНТРАКТИ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ВАЛЮТНИМИ РИЗИКАМИ

Однією з основних умов гарантування рівня економічної безпеки в бізнес-економіці є забезпечення сталого розвитку усіх складових фінансової системи країни. В Україні одним із найбільш нестабільних елементів фінансової системи є валютний ринок, який є джерелом зростання ризиковості здійснення підприємницької діяльності. Тому завдання забезпечення чіткого та налагодженого механізму валютного ціноутворення є одним із пріоритетних у системі розвитку сучасної бізнес-економіки.

Форвардний контракт або форвард — це угода між двома сторонами про майбутню поставку предмета контракту за наперед обумовленою ціною, яка укладається поза біржею й обов'язкова до виконання для обох сторін угоди. Особливістю укладання форвардного контракту є здійснення реальної поставки відповідного активу [1]. Основною метою укладання форвардних валютних угод суб'єктами економіки є уникнення втрат, пов'язаних зі зміною валютного курсу. Крім того, форвардні ціни мають велике інформаційне значення для прямих учасників ринку, посередників та населення. На основі інформації про форвардні ціни суб'єкти ринку приймають рішення про дії щодо продажу валютної виручки, планування доходів та відкриття відповідних позицій на валютному ринку [2].

Особливістю форвардних валютних контрактів є індивідуальних характер угоди, тобто відбувається хеджування валютного курсу на конкретну суму та терміни, які задовольняють обидві сторони. Форвардні валютні операції мають позабіржовий характер, що дозволяє учасникам ринку самостійно коригувати ціну базового активу. Форвардним контрактам властиві й певні недоліки, основних з яких є обов'язковість виконання: після його укладання стає неможливо змінити умови або розірвати договір. Це обмежує спекулятивні можливості сторін.

Для українського валютного ринку укладання форвардних контрактів є звичною практикою, попри незначні обсяги таких угод. На рис. 1 представлена інформація про обсяги щомісячних продажів форвардних валютних контрактів у 2017-2019 рр. Відповідно до них, у

2017 р.і загальний обсяг продажу форвардів становив 77 млн.дол. США, у 2018 році – 335 млн.дол. США, а у 2019 році включно до листопада 355 млн.дол.США [4].

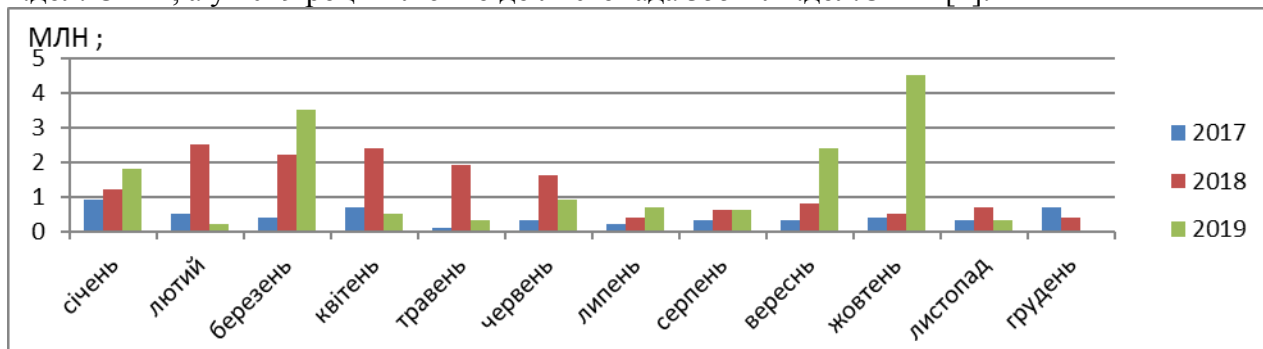


Рис. 1. Динаміка обсягів продажів клієнтських форвардів на іноземну валюту у 2017-2019 рр. (млн. дол. США)

**Побудовано за даними НБУ [3]*

На рис. 2, представлено інформацію про обсяги купівлі форвардних валютних контрактів у відповідному періоді. Так, у 2017 р. загальний обсяг купівлі форвардів становив 267 млн.дол. США, у 2018 році – 736млн.дол. США, а у 2019 році включно до листопада – 512млн.дол.США.

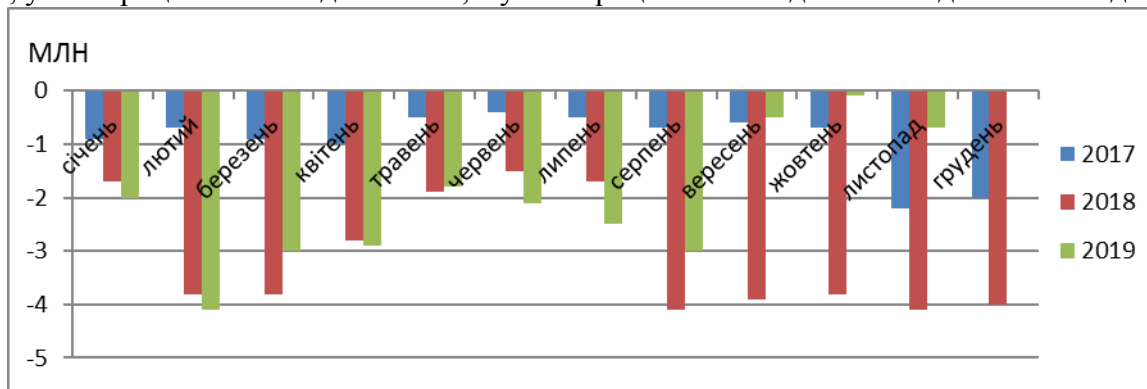


Рис. 2. Динаміка обсягів купівель клієнтських форвардів на іноземну валюту у 2017-2019 рр. (млн. дол.США)

**Побудовано за даними НБУ [3]*

Відповідно до представленої на рис. 1 та 2 інформації можемо стверджувати про щорічне перевищення обсягів форвардної купівлі валюти на обсягами її форвардного продажу. Це свідчить про існування дисбалансу між строковим попитом та пропозицією валюти. Таке явище характерне для ринку пропозиції, коли пропозиції мають значну перевагу і можуть диктувати свої правила [4].

Варто зазначити що обсяги строкових дисбалансів нарастають з кожним роком. Так, у 2017 р. різниця попиту і пропозиції валютних цінностей за форвардними контрактами була найменшою – 190 млн дол. США. Проте уже у 2018 р. ця різниця різко зросла до 401 млн дол. США (на 110%), оскільки за цей період обсяг форвардів на купівлю значно підвищився, а саме на 469 млн.дол. США, а от обсяг форвардів на продаж зріс лише на 258 млн. дол. США. Якщо порівняти 2018 рік з 2019 роком, то обсяг купівлі зменшився на 224 млн.дол. США (або на 43,7%), а от обсяг продажу навпаки збільшився на 20 млн. дол. США (або на 6%). У результаті цього дисбаланс валютного ринку становив 257 млн дол США, це на 144 млн дол. США менше, ніж у попередньому році, проте більше, ніж у 2017 р. Проте, незважаючи на те, що у 2019 р. ситуація форвардному валютному ринку дещо вирівнялась, проте все ж ринок залишався розбалансованим. Це свідчить про те, що більшість учасників валютного ринку України прогнозували його зростання. Така стратегія у 2019 р. виявилась хибною, оскільки за підсумками року ринок суттєво просів, а більшість учасників, відповідно, отримали збитки від неправильно зайнятої валютної позиції (позиції на купівлю).

У цілому можна говорити про незначні обсяги строкового валютного ринку в Україні. Це свідчить про те, що учасники ринку не повною мірою використовують переваги, які забезпечують їм форвардні контракти для страхування власних валютних ризиків.

1. Шкварчук Л. О. *Фінансовий ринок: навч. посіб.* Київ: Знання, 2013. 382 с.

2. Шкварчук Л. О. *Ф'ючерсні контракти в системі управління грошовими потоками підприємств. Актуальні проблеми економіки.* 2009. № 11. С.221-228.

3. *Використання форвардів в умовах нового валютного регулювання.* НБУ 2020. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Instrumentu_hedjvannia_valytnuh_ruzukiv_pr_2020-02-05.pdf?v=4 (дата звернення 27.02.2020)

4. Шкварчук Л. О., Карпенко А. О. *Оцінювання ризику валютного ринку України. Економіка та суспільство.* 2018. № 19. С. 1204-1209. URL: <http://economyandsociety.in.ua/journal-19/26-stati-19/2543-shkvarchuk-l-o-karpenko-a-v>

СТЕПУРА Т.М., КАРАСЮКЕВИЧ Ю.В.

Національний університет «Львівська політехніка»

МАЙБУТНЄ ФАХІВЦІВ У СФЕРІ АНАЛІТИКИ У КОНТЕКСТІ ЗМІН ЗМІСТУ ПРАЦІ

Стрімкий розвиток технологій, способів виробництва, нових економічних відносин призводить до відповідної зміни змісту й організації праці. З'являються нові види зайнятості, які вимагають відмінних знань та навичок, які ґрунтуються на стільки на вмінні засвоювати інформацію та відтворювати її, скільки на здатності її знаходити, обробляти, продукувати змістовні висновки. Є оцінки про можливість у найближчому майбутньому зникнення чи трансформації 40-50 % робочих місць [1]. Широкий перелік професій буде стрімко зникати з-посеред видів людської діяльності, замінюючи виконання функції роботами. У таких умовах на перший план забезпечення конкурентоспроможності на ринку праці, що трансформується і звужується у багатьох сегментах, виходитимуть знання та вміння на перетині суміжних областей економічної діяльності. Важливішими при рекрутингу уже на теперішньому етапі є «м'які» навички – вміння комунікувати, працювати в команді, виокремити важливі та головні аспекти у робочому процесі, тайм-менеджмент тощо. Разом з тим, змінюються й підходи до організації праці – поширюється аутсорсинг, дистанційна зайнятість, фріланс та інші нестандартні на сьогоднішній день її форми. Робота втрачає таку звиклу для покоління вище середнього віку стабільність та гарантованість зайнятості в одній сфері упродовж усього життя. Реакцією середовища на такі виклики стає виникнення «срібних» університетів, відкритих університетів, дистанційних курсів навчання та перенавчання.

Усе вищенаведене обґрунтовує зростаючу актуальність професій, підготовка з яких вимагає симбіозу знань в одній специфічній області та умінь використати їх у підготовці прийняття рішень у широкій сфері соціально-економічного управління. Однією із таких спеціальностей підготовки є аналітик у сфері професійної зайнятості.

У загальному розумінні аналітик – це фахівець, який займається аналізом даних в конкретній галузі або кількох галузях, а також дослідженнями і узагальненнями в певній сфері діяльності. Обов'язковою вимогою до його кваліфікації є володіння специфічними методами аналізу, притаманними даній галузі.

Оскільки суть роботи такого фахівця повністю залежить від специфіки галузі, то аналітик без вказування конкретної сфери застосування його аналітичних здібностей не є конкретним фахом. За спеціалізацією розрізняють, наприклад: військовий аналітик, фінансовий аналітик, маркетинг-аналітик, системний аналітик, аналітик у сфері професійної зайнятості тощо. Ана-

літик у сфері професійної зайнятості може претендувати на робочі місця у різних сферах економіки та управління суспільним розвитком (державне управління та місцеве самоврядування, освіта, охорона здоров'я, інфраструктура ринку праці) на посадах аналітик у сфері професійної зайнятості, економіст-демограф, фахівець з питань зайнятості (хедхантер), менеджер (управитель) у соціальній сфері, менеджер (управитель) з громадської організації здоров'я, менеджер (управитель) зі страхування

До найбільш затребуваних професій на сьогодні відносять: інженерів, фахівців в сфері ІТ, фахівців з нанотехнологій, маркетологів, працівників сфери обслуговування, логістів, фахівців з екології, хіміків, медиків і в цілому професіоналів. Не останнє місце посідає й аналітик з професійної зайнятості.

Уявлення про кон'юнктуру ринку праці щодо аналітичних спеціальностей можуть дати дані державної служби зайнятості, а також провідних сайтів щодо пошуку працівників. Так, професійний склад зареєстрованих безробітних та вакансій аналітиків в Україні за даними державної служби зайнятості у січні 2020 р. відтворений у таблиці 1.

Таблиця 1

**Кон'юнктура зареєстрованого ринку праці України
у сфері професійної аналітики, січень 2020 року**

Назва професії	Чисельність безробітних, осіб	Кількість вакансій	Навантаження на 1 вакансію	Середній розмір заробітної плати, грн.
Хімік-аналітик	25	11	2,3	9525
Математик-аналітик з дослідження операцій	2	1	2,0	7800
Аналітик операційного та прикладного програмного забезпечення	8	0	-	-
Аналітик програмного забезпечення та мультимедіа	2	1	2,0	-
Аналітик комп'ютерного банку даних	15	3	5,0	8500
Аналітик комп'ютерних систем	32	4	8,0	8670
Аналітик з комп'ютерних комунікацій	2	1	2,0	-
Аналітик комунікацій (крім комп'ютерів)	3	0	-	-
Аналітик систем (крім комп'ютерів)	11	0	-	-
Провізор-аналітик	1	1	1,0	-
Аналітик у сфері професійної зайнятості	2	0	-	-
Аналітик з питань фінансово-економічної безпеки	29	1	29,0	-
Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку	93	8	11,6	6994
Науковий співробітник (інформаційна аналітика)	2	0	-	-
Науковий співробітник-консультант (інформаційна аналітика)	1	0	-	-
Аналітик консолідованої інформації	54	9	6,0	7833
Аналітик з кредитування	25	1	25,0	12000
Аналітик з інвестицій	10	2	5,0	4723
Аналітик (банківська діяльність)	33	0	-	-
Всього	350	43	8,1	66045

Джерело: узагальнено авторами за даними [2]

Отже, дані свідчать що затребуваність аналітиків складає 43 вакансії, а ось кількість безробітних за цією професією є у 8 разів більша. Більше зацікавлення викликає те, що на одного аналітика припадає приблизно 8255,63 грн. і це є непоганий показник, оскільки середня заробітна плата по Україні складає 12264 грн. Разом з тим, зареєстрований ринок праці відображає досить обмежений його сегмент. Повнішу картину дає аналіз сайтів з пошуку роботи, спеціальних аналітичних досліджень. Так, за даними дослідження, проведеного Київським міжнародним інститутом соціології у вересні-жовтні 2015 р. за даними сайтів з працевлаштування співвідношення вакансій до поданих резюме за категорією професій «Консалтинг / Аналітика / Аудит» знаходилося у першій десятці і становило 10,8, причому

перевищувало навіть «топову» сферу IT. Це означає, що на 1 розміщене резюме у цій групі професій припадало більше 10 вакансій.

Отже, актуальність професії аналітика у сфері професійної зайнятості обґрунтовується на лише затребуваністю власне аналітичних умінь у конкретній сфері, але і його здатністю передбачити тенденції і показники розвитку ринку праці, який динамічно трансформується і вже за кілька років пропонуватиме такі сфери зайнятості та професії, про які можливо сьогодні ще мало хто знає.

1. Frey C.B., Osborne M.A. *The future of employment: how susceptible are jobs to computerisation* / C.B. Frey, M.A. Osborne // Retrieved September. — 2013. — Т. 7. — Р. 2013.

2. Дані Державної служби зайнятості щодо попиту та пропозиції на ринку праці. — Режим доступу: <https://www.dcz.gov.ua/analitics/68>

3. Оцінка попиту на професії, які затребувані на ринку праці. Результати дослідження в рамках проекту «Економічне та соціальне відновлення Донбасу». — Вересень-жовтень 2015. Київський міжнародний інститут соціології. Режим доступу: http://kiis.com.ua/materials/pr/20151230_PROON/Report_Employment_KIIS_final_ukr.pdf

ТЕРЛЕЦЬКА В.О.

Національний університет «Львівська політехніка»

НЕДОЛІКИ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЇ БАЗИ ДІЯЛЬНОСТІ ВЕНЧУРНИХ ФОНДІВ В УКРАЇНІ

Перехід до інноваційного типу розвитку, що, з однієї сторони, динамічно і швидкозмінно розвиває нові можливості перед країною, а з іншої, викликає підвищені ризики дестабілізації, передбачає забезпечення надійності роботи всіх суспільних механізмів інноваційного розвитку та безпечності функціонування всієї соціально-економічної системи, яка неможлива без відповідної нормативно-правової бази, що лежить в її основі. При цьому важливого значення набуває діяльність венчурних фондів, чий капітал вже сьогодні є одним із найпрогресивніших форм інвестування та джерелом розвитку інноваційного потенціалу країни. Проте проблема полягає в тому, що венчурні фонди користуються особливим режимом оподаткування та не мають відповідної законодавчої бази для активного розвитку. Досвід і практика розвинених країн показує прогресивне зростання і динамічний розвиток у цій сфері, а в основі лежить розроблена відповідна нормативно-правова база діяльності і активна підтримка держави, чого, на жаль, немає в Україні. Для прикладу, для країн ЄС та низки інших країн характерною є активна позиція держави щодо розвитку венчурної галузі та залучення інвестування. Зважаючи на те, що венчурний бізнес в Україні знаходиться на початковій стадії розвитку, доцільно, беручи до уваги напрацьований досвід зарубіжних країн, розробити відповідну нормативно-правову базу для ефективної діяльності венчурних фондів і в нашій державі.

Фінансування інноваційних проектів є загальноприйнятим у світовій практиці, а запорукою розвитку ринку венчурних інвестицій є активна позиція держави щодо його підтримки.

За даними [1, с. 251], чинне законодавство України не містить норм, що дозволяють організувати в Україні ефективну венчурну діяльність в інноваційній сфері, а розроблені проекти законодавчих актів містять суперечливі положення щодо венчурної діяльності.

Нормативно-правову базу діяльності венчурних інститутів спільного інвестування (ІСІ) в Україні складають ЗУ «Про інститути спільного інвестування» від 5 липня 2012 року № 5080-VI та підзаконні акти Національної комісії із цінних паперів та фондового ринку. Проте, при

цьому нормативно-правова база венчурного фінансування у нашій державі суттєво обмежена відсутністю спеціальних нормативних актів щодо діяльності безпосередньо венчурних фондів.

За даними [2, с. 59], проблемою є і те, що законодавством не передбачено особливих вимог до структури активів венчурних фондів, що вказували б на їхню інноваційну природу, тобто їхні права щодо можливості визначення об'єктів інвестування майже не обмежені порівняно з іншими ІСІ, але обов'язків, які б кореспондували цим правам, офіційно не передбачено.

За оцінками експертів проекту ЄС «Вдосконалення стратегій, політики та регулювання інновацій в Україні» [3] ЗУ «Про інститути спільного інвестування (пайові та інвестиційні фонди)» (№ 2299-III від 15.03.2001 р.), що дає визначення терміну «венчурний фонд», містить ряд положень, які роблять його непридатним для підтримки інновацій, однак дозволяють надто широко використовувати його для оптимізації оподатковування, у першу чергу у сфері будівництва і реалізації нерухомості. Зазначені вади залишилися й у Законі України «Про інститути спільного інвестування» (№ 5080-VI від 5.07.2012 р.) [1, с. 251].

За інформацією [4], венчурні фонди в Україні взагалі не переслідують ідею спільного інвестування. Вони створюються під активи одного клієнта для реалізації короткострокових проектів або окремих фінансових схем, тому входження зовнішніх інвесторів в венчурний фонд не передбачається, відповідно і не відбувається входження іноземних інвесторів. Зазвичай кінцевими бенефіціарами, співвласниками або пов'язаними особами компаній з управління активами (КУА) та відповідних фондів є впливові українські бізнесмени чи народні депутати [5]. Таким чином, вітчизняні венчурні фонди використовуються переважно для оптимізації управління активами фінансово-промислових груп (ФПГ) та є внутрішнім офшором для зниження податкового навантаження. В той час як більша частина венчурних інвестицій за кордоном спрямовується на фінансування інноваційних проектів та високотехнологічних галузей економіки, то найпривабливішими сферами, в які інвестують венчурні фонди в Україні, є будівництво, переробка сільгосппродукції, харчова промисловість, роздрібна торгівля. Головними причинами є непрозоре й недосконале законодавство, що не передбачає жорстких законодавчих вимог щодо складу і структури активів венчурних фондів та операцій з ними, які характерні для інших ІСІ.

Як зазначає Яремик М.М. «По-перше, такі фонди звільнені від сплати податку на прибуток та ПДВ. Це означає, що поки кошти інвестора знаходяться у фонді, вони дають прибуток, який не підлягає оподаткуванню до моменту завершення своєї роботи та виплати дивідендів. Акумуляуючи прибуток у рамках венчурного фонду, інвестор має змогу реінвестувати його в інші проекти без сплати податків. Такий фонд можна створити на необмежений період, оскільки вітчизняне законодавство не має жодних обмежень з цього приводу. Це дозволяє власникам венчурних фондів залучати і вилучати кошти та активи з фондів, не замислюючись над питаннями над прибутком фонду і податками. По-друге, в Україні венчурні фонди виділяються із загальної маси тим, що їх активи можуть повністю складатися з коштів, нерухомості, корпоративних прав, прав вимоги та цінних паперів, що не допущені до торгів на фондовій біржі. Включення до складу активів венчурного фонду боргових зобов'язань у формі векселів, закладних, договорів поступки прав вимоги, позик та в інший спосіб, не заборонений законодавством України (інші активи) [6]. Тобто, венчурні фонди дають можливість інвестувати кошти за кордон, реалізовувати вексельні схеми, отримувати кредити під заставу активів. З 2011 р. Українська Асоціація Інвестиційного Бізнесу (УАІБ) перестала публікувати статистику дохідності венчурних ІСІ. Відсутність детальної статистичної інформації щодо галузей, які отримують венчурні інвестиції, робить їх найбільш непрозорими гравцями ринку ІСІ та підкреслює нецільове використання організаційної форми венчурних фондів».

Підсумовуючи результати, варто зазначити, що на сьогодні в Україні не створено ефективної законодавчої бази та відсутні дієві економічні стимули щодо активізації венчурного бізнесу інноваційної діяльності, для розвитку венчурного бізнесу потрібне активне надання

державою преференцій, а саме: пільг в оподаткуванні та забезпечення істотної правової та інформаційної підтримки.

1. *Інноваційна Україна 2020 : національна доповідь / за заг. ред. В. М. Гейця та ін. ; НАН України. – К., 2015. – 336 с.*

2. *Дерев'янка Б. В. Нормативно-правове регулювання діяльності венчурних фондів [Електронний ресурс] / Б. В. Дерев'янка, Р. Счастливцева // Підприємництво, господарство і право. — 2017. — № 1. — С. 59—64. — Режим доступу: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/50248>.*

3. *Проект ЄС «Вдосконалення стратегій, політики та регулювання інновацій в Україні : Хмельов О., Тарабухін А. Аналіз законодавства України у сфері створення фондів підтримки інноваційної діяльності і пропозиції щодо законодавчого врегулювання діяльності інноваційних фондів в Україні // Заключний звіт про виконання проекту ЄС «Вдосконалення стратегій, політики та регулювання інновацій в Україні – Проект ЄС EuropeAid/127694/C/SER/UA», 29 липня – 28 жовтня 2011 р. – Додаток 11(Е). – С. 440–480.*

4. *Яремик М.М. Проблеми венчурного фінансування в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://libfor.com/index.php?newsid=2887>*

5. *Олейников А. Венчурные фонды в Украине: внутрикорпоративная оптимизация или высокотехнологический прорыв? [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://inventure.com.ua/>.*

6. *Про інститути спільного інвестування: Закон України від 05.07.2012 № 5080-VI. — URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5080-17>.*

ТОВКАЧ О. О.

Нікопольський економічний університет

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах ринкової економіки управління підприємством неможливе без планування господарської діяльності на стратегічному рівні, на якому приймаються дуже важливі для подальшого розвитку підприємства управлінські рішення [1]. З роками дослідники зрозуміли, що через постійну та швидко змінювану конкурентну середовищу будь-якого підприємства, визначення стратегії для розвитку не може здійснюватися за певною системою. Підприємству необхідно постійно адаптуватися до змін та швидко корегувати свою стратегію.

Глобалізаційні процеси в економіці, збільшення конкурентної боротьби між виробниками, поширення впливу інноваційних компаній призвело до широкого визнання стратегічного мислення як єдиного правильного підходу до управління підприємством в умовах ринку. Здійснивши аналіз тлумачення поняття «стратегія» різними вченими варто зауважити. По-перше, більшість авторів визначає стратегію як план управління фірмою в цілому. По-друге, визначення цього плану – це досягнення довгострокових цілей фірми. Отже, стратегія розробляється і реалізується для всього підприємства як єдиної господарської одиниці на тривалий період і стосується лише концептуальних, життєвоважливих для підприємства напрямів діяльності.

Тобто, стратегія – це комплексний план діяльності підприємства, який розробляється на основі творчого науково-обґрунтованого підходу і призначається для досягнення довгострокових глобальних цілей підприємства [2]. По суті, стратегія підприємства складається із запланованих дій та необхідних коректив (якщо виникають певні обставини). Тенденції сучасного розвитку економічної ситуації в Україні характеризуються високим динамізмом,

активізацією структурних зрушень на користь сфери послуг, загостренням конкуренції. Це зумовлює необхідність пошуку нових механізмів і методів стратегічного управління, основою якого є стратегія розвитку підприємства, яка повинна відповідати змінам у національній економіці, урівноважувати вплив і взаємозв'язки між факторами внутрішнього та зовнішнього середовища.

В теорії менеджменту виділяють три рівні стратегічного управління: корпоративний, конкурентний (бізнесовий) та функціональний [3]. Корпоративна стратегія – це стратегія, яка описує загальний напрям розвитку підприємства, саме на цьому рівні стратегічні рішення є найбільш складними, тому що стосуються діяльності підприємства загалом. Бізнесова стратегія – це стратегія, що розробляється для забезпечення довгострокових конкурентних переваг господарського підрозділу, тут визначається як саме підприємство буде конкурувати (ціна на товар, реклама тощо). Функціональні стратегії – стратегії, що розробляються функціональними відділами підприємства на основі попередніх двох стратегій, вона розподіляє ресурси відділів, здійснює пошук ефективної поведінки функціонального підрозділу в рамках загальної стратегії.

Тобто, стратегія розвитку підприємства є невід'ємною в сучасній ринковій економіці. Вона допомагає у конкурентній боротьбі, прийнятті стратегічних управлінських рішень, координації розподілу наявних ресурсів і т.д.

1. Тошина Н. М. *Концептуальний підхід формування стратегії підприємства [Електронний ресурс]*. Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/biznes/2010_2/2010/02/100222.pdf
2. Попова Н. В. *Розробка стратегії розвитку підприємства [Електронний ресурс]*. Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Vetp/2010_29/10pnpvmf.pdf
3. Ребенок А. В. *Вибір стратегії конкуренції промислового підприємства. Актуальні проблеми економіки, 2009. №11. с.123-130.*

УЛЕЩЕНКО А. В.

Нікопольський економічний університет

ІНВЕСТИЦІЙНА СХЕМА ПІДПРИЄМСТВА

Інвестиційна схема підприємства (EIS) – це серія податкових пільг, розпочатих в 1994 році урядом Великобританії для заохочення інвестицій в амбітні приватні компанії з високим потенціалом зростання. Вкладення коштів у бізнес, що відповідає вимогам EIS, є великим ризиком та стратегією вищого прибутку. Щоб мінімізувати ризик, Податкова служба Її Величності (HMRC) запровадила низку податкових пільг для заохочення інвестицій у бізнес, орієнтований на зростання у Великобританії [1].

EIS пропонує інвесторам великі стимули зробити інвестиції в акціонерний капітал у компаніях ранньої стадії. Інвестори можуть вимагати повернення 30% від інвестицій у бізнес, що відповідає вимогам EIS, у вигляді пільги з податку на прибуток. Податкові зобов'язання з податку на приріст капіталу можуть бути відстрочені також шляхом інвестування в бізнес, що відповідає вимогам EIS. Дана схема налаштована на допомогу амбітним підприємцям, які розробляють пропозиції щодо бізнесу, які, на їхню думку, будуть комерційно успішними. Для здійснення своїх бізнес-планів підприємці потребують зростання капіталу. Популярний спосіб отримання доступу до капіталу – випуск власного капіталу інвесторам; ці інвестори можуть бути інституційними, професійними або роздрібними інвесторами.

EIS пропонує кілька різних видів податкових пільг, доступних як для прямих інвесторів та інвесторів через фонд або портфель послуг керованої EIS. Переваги такої схеми для інвесторів:

1. Податкові пільги в розмірі 30% можуть вимагати інвестиції (до 1 млн фунтів стерлінгів за один податковий рік), що забезпечує максимальне зниження податку в будь-який рік в розмірі 300 тис. фунтів стерлінгів, за умови, що у вас є достатнє зобов'язання з податку на прибуток для його покриття [2].

2. Немає мінімальних інвестицій через EIS у жодну компанію в жодному податковому році.

3. Допомога з EIS розподіляються індивідуально, тому подружня пара може інвестувати до 2 мільйонів фунтів стерлінгів кожного податкового року та мати право на пільги з податку на прибуток. Акції повинні зберігатися принаймні три роки з дати випуску, або податкова пільга буде знята.

4. Індивідуальний інвестор може бути директором компанії, але не працівником.

5. Податкові пільги з EIS застосовуються лише до нещодавно зареєстрованих компаній.

6. У компанії повинно бути не більше 50 працівників та валові активи до 15 млн фунтів стерлінгів.

7. Будь-яке зростання вартості інвестицій в компанії, що відповідає вимогам EIS, не буде обкладатися податком на приріст капіталу при його продажу [3].

Тобто, уряд Великобританії робить все, щоб стимулювати інвесторів вкласти кошти в невеликі компанії, які є початківцями. Створення системи податкових стимулів є надзвичайно важливим для розвитку бізнес-ангельського і венчурного інвестування в Україні. При введенні податкових пільг для приватних інвесторів можна використовувати розглянуту вище схему.

1. *Enterprise Investment Scheme (EIS) [Electronic resource]. URL : <https://www.growthfundrs.com/tax-efficient-investing/enterprise-investment-scheme-eis/>*

2. *Какими способами можно снизить налоговые обязательства? [Электронный ресурс]. Режим доступа : <https://schoolgateaccounting.com/ru/какими-способами-можно-снизить-налог/>*

3. *Журов А. В. Налоговые льготы как стимул развития бизнес-ангельского инвестирования: опыт России, США и стран Европы. Вопросы государственного и муниципального управления, 2010. № 1. С. 89-97.*

ФОМІЧОВ А.О.

Нікопольський економічний університет

ОРГАНІЗАЦІЯ СИСТЕМИ ОЦІНКИ ВИРОБНИЧИХ ВИТРАТ У БІЗНЕСІ

Що стосується управління виробничими витратами, то управління витратами буде здійснюватися за статтею та відповідно до коефіцієнта витрат у фінансовому обліку, тим часом воно буде керуватися за поведінкою витрат в управлінському обліку.

Показники розподілу з'єднуються за допомогою системи оцінки витрат. Підготовка оцінки витрат повинна базуватися на нормах витрат. Норма витрат – це показники кошторису витрат для кожної бухгалтерської одиниці, тим часом, оцінка витрат робиться для всього проекту чи його окремої статті, які планується здійснити протягом періоду. Таким чином, норми оцінки та вартості пов'язані між собою тісно і обидва впливають один на одного. Якщо норма витрат є необґрунтованою та нереальною, оцінка, підготовлена на основі цієї норми, не буде здійснена та, ймовірно, вплине на фактичний контроль за витратами. Коли норма витрат розраховується на загальну кількість товарів чи послуг, ця норма називається оцінкою витрат [1].

Порядок складання кошторису витрат залежить від особливостей бізнесу, рівня управління та вимог відповідного типу бізнесу. Для підготовки бізнес-кошторису витрат можна вибрати один з наведених способів:

1 спосіб – це, коли порядок складання кошторису витрат здійснюється керівництвом вищого рівня. Тобто, кошторис витрат готується на найвищому рівні управління бізнесом, після чого він переглядається та затверджується середнім виконавчим рівнем, а потім продовжується перегляд та затвердження на низовому рівні для здійснення оцінки витрат. Такий спосіб має перевагу в економії часу та витрат. Однак, для використання такого способу керівники вищої ланки повинні мати знання про ділову діяльність підприємства, а також стратегічне бачення майбутнього розвитку підприємства. Процедура підготовки кошторису витрат вищим керівництвом підходить лише для застосування в централізованій плановій економіці, або в деяких спеціальних галузях, які потребують суворого, послідовного управління або в малому бізнесі.

2-й спосіб – порядок складання кошторису витрат на низовому рівні в кілька кроків. По-перше, критерії первісної оцінки витрат, підготовлені рівнем впровадження, ґрунтуються на тому, що фактично генерують собівартість, потужність і потім захищають кошториси до управління середнім рівнем. Керівництво середнього рівня пов'язує кошториси витрат з низовим рівнем, а потім проводить деякі коригування для критеріїв, щоб оцінювання витрат відповідало загальним цілям середнього рівня. Після цього вони захистять кошторис витрат перед керівництвом вищого рівня. По-друге, керівництво вищого рівня здійснюватиме корпоративну оцінку витрат із середнього рівня, а потім пов'язує її із загальною метою бізнесу, після чого вони коригуватимуть критерії кошторису витрат. Кошторис витрат доопрацьовується та передається керівництву середнього рівня. Тоді він буде постійно розподілятися на низовому рівні для виконання. Кошторис витрат, підготовлений на низовому рівні мобілізує знання та досвід керівників усіх рівнів, а тим часом може наздогнати речі, які фактично входять до складу виконавчого органу. Отже, це, очевидно, більш можливо для застосування.

3-й спосіб – порядок складання комбінованих кошторисів витрат. Складання кошторису таким способом відбувається в три етапи. Етап 1: цілі проекту кошторису витрат будуються на найвищому рівні управління. Виходячи з операційної шкали, ці цілі будуть розподілені на середній рівень управління, а залежно від стану управління – на низовий рівень. Етап 2: виходячи з критеріїв оцінок витрат у комбінованому режимі низовий рівень змінить кошторис витрат, щоб зробити його більш можливим, і вони захистять цю переглянута кошторисну вартість перед середнім рівнем управління. Керівництво середнього рівня включить кошторис витрат з низового рівня, пов'язаний з цільовим завданням для його остаточного завершення, і після цього вони передадуть його для затвердження до найвищого рівня управління [2].

Отже, підготовка кошторису витрат є важливою частиною в плануванні всіх видів економічної діяльності, це також необхідно для бізнесу, державних підприємств та приватних осіб. Оцінка витрат є важливою для управління виробничими витратами, вона допомагає виявити невідповідність між оцінкою та фактичною ситуацією, а також між результатом і ціллю.

1. *Duong T. L. Organization for making production cost estimates system in business. The European Journal of Economics and Management Sciences, 2016. №4. P. 3-5.*

2. *Фінансове право : підручник [Електронний ресурс]. Режим доступу : https://pidruchniki.com/79300/pravo/finansove_pravo*

ГОСПОДАРСЬКІ ОПЕРАЦІЇ ТА ДОКУМЕНТАЦІЯ

У будь-якому виді бізнесу щодня відбувається ряд транзакцій та операцій. Роль фінансової звітності полягає в тому, щоб ефективно визначати наслідки цих операцій та транзакцій, фіксувати їх вплив на бізнес та здійснювати їх узагальнення у форматі, доступному та зрозумілому для користувачів фінансової звітності.

До основних операцій, які відбуваються на підприємствах, включають: продажі, закупівлі (товарів і послуг) та транзакції, пов'язані з оплатою праці. До інших відносяться: витрати на оренду, збір фінансів, повернення фінансів та витрати, що пов'язані з оподаткуванням. Усі ці операції повинні бути належним чином відображені в системі фінансової звітності.

Для більшості транзакцій створюється супровідний документ для підтвердження того, що транзакція відбулася. Ця документація є життєвоважливою для бухгалтера, який використовує інформацію про документи як джерело даних для ініціювання вимірювання та обліку транзакцій. У таблиці 1 наведені основні типи ділової документації та джерела даних для облікової системи разом з їх змістом та призначенням [1; 2].

Таблиця 1

Типи ділової документації

	Зміст	Призначення
Цінова пропозиція (котирування)	Кількість / опис / деталі необхідних товарів.	Для визначення ціни від різних постачальників і перехресного посилання див. Заявку на закупівлю.
Замовлення на придбання	Деталі постачальника, наприклад ім'я, адреса. Кількість / опис / деталі необхідного товару та ціна. Умови доставки, оплати тощо.	Надісланий постачальнику як запит на поставку. Для перевірки до котирування та накладної.
Замовлення клієнта	Кількість / опис / деталі необхідного товару та ціна.	Перехресно перевіряється зі замовленням, зробленим замовником. Надіслано до відділів магазинів / складів для обробки замовлення.
Сповіднення про відправку	Деталі постачальника, наприклад ім'я та адреса. Кількість та опис товару.	Забезпечується постачальником. Перевірка отриманих товарів та замовлення.
Специфікація отриманих товарів	Кількість та опис товару.	Документ, складений компанією-одержувачем товару, який підтверджує отримання товару
Рахунок-фактура	Найменування та адреса постачальника та замовника; деталі товарів, наприклад кількість, ціна, вартість, податок з продажу, умови кредитування тощо.	Видається постачальником товарів як запит на оплату. Для постачальника, який продає товари / послуги, це буде розглядатися як рахунок-фактура продажу. Для замовника це трактується як рахунок-фактура за покупку.
Кошторис	Деталі постачальника, наприклад ім'я та адреса. Має детальну інформацію про дату, номери рахунків та цінності рахунків, внесені платежі, відшкодування, заборгованість.	Даний документ робить постачальник. Перевіряються інші документи, щоб переконатись у правильності суми заборгованості.
Кредитове авізо	Деталі постачальника, наприклад ім'я та адреса. Містить реквізити повернених товарів, наприклад кількість, ціна, вартість, податок з продажу, умови кредитування тощо.	Даний документ робить постачальник. Перевіряється з документами щодо повернених товарів.
Дебетове авізо	Деталі постачальника. Містить реквізити повернених товарів, наприклад кількість, ціна, вартість, податок з продажу, умови кредитування тощо.	Випускається компанією, що отримує товар. Перехресне посилання на кредитний вексель, виданий постачальником.
Сповіднення про грошовий переказ	Спосіб оплати, номер рахунку, дата тощо.	Надіслано постачальнику з оплатою або як повідомлення про оплату.
Квитанція	Деталі отриманого платежу.	Випускається компанією-продавцем із зазначенням отриманого платежу.

Наведений вище перелік ґрунтується на документах, створених традиційною виробничою компанією. Не всі компанії випускають усі ці документи. Таким же чином деякі компанії можуть випускати альтернативні форми документації, особливо якщо вони працюють у сфері послуг або за кордоном.

1. *Business transactions and documentation [Electronic resource]. URL : <https://kfknowledgebank.kaplan.co.uk/financial-reporting/the-financial-reporting-system/business-transactions-and-documentation>*

2. Михайлов М. Г., Телугунь М. І., Славкова О. В. *Бухгалтерський облік у бюджетних установах : навч. посіб. К. : Центр учбової літератури, 2011. 384 с.*

ФРАНЦЕВА Н.О., СКОРИК Г.І.

Національний університет «Львівська політехніка»

ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ

1 квітня 2014 року Кабінетом Міністрів України була схвалена Концепція реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади України і затверджений План проведення децентралізації України. Ця Концепція передбачає передачу в місцеві бюджети частки від загальних податків і використання механізму переходу бюджетів об'єднаних громад на прямі міжбюджетні відносини з державою.

Аналіз досвіду розвинутих європейських країн доводить, що існує тісна залежність між рівнем самостійності та здатності до самоорганізації місцевих громад у процесі формування і реалізації програм соціально-економічного їх розвитку і якістю та рівнем життя громадян, насамперед, невеликих населених пунктів та віддалених сіл і селищ.

Показовим є досвід Франції, де організація місцевого самоврядування відбувається двома напрямками:

- деконцентрація, суть якої полягає у широкому делегуванні адміністративних функцій держави на місцевий рівень;
- децентралізація – передача державою частини своїх повноважень місцевим органам самоврядування.

Масштабні процеси лібералізації і провадження ринкових реформ у Польщі на певному етапі зумовили потребу в децентралізації влади. Головною метою децентралізації були максимальна самостійність функціонування кожного регіону, посилення впливу та ефективності інститутів громадянського суспільства, забезпечення прозорості і максимальної ефективності функціонування інституту державної влади на усіх рівнях, насамперед, - на місцевому [1].

Незадовільний рівень розвитку малих і віддалених населених пунктів, проблеми якості інфраструктури на рівні регіонів довели неефективність застосування системи дотацій вирівнювання і постійної фінансової підтримки невеликих територіальних громад. Така система стала обтяжливою для державного бюджету, що суттєво гальмувало соціально-економічний розвиток сіл, селищ та містечок. Тому метою Концепції було визначено формування напрямів, механізмів і строків формування ефективного місцевого самоврядування; забезпечення такої організації влади на місцях, яка сприятиме створенню повноцінного життєвого середовища для населення, наданню високоякісних і доступних публічних послуг. Одним із головних завдань Концепції є формування ефективних інститутів народовладдя, задоволення потреб та інтересів місцевих громад, узгодження їх інтересів із загальнодержавними інтересами [2].

З метою досягнення поставлених цілей визначено низку вимог щодо передачі повноважень від загальнодержавних органів до місцевого самоврядування. Відповідно із ними можна виділити три групи повноважень, щодо доцільності їх передачі на місцевий рівень:

- ті, що не можна передавати ні за яких умов;
- ті, що є органічними для місцевого самоврядування;
- ті, що можуть бути передані тільки за певних умов та обмежень [3].

У першій групі знаходиться безпека і зовнішня політика. Забезпечення комфорту для громадян є пріоритетом (тобто є органічним) для місцевого самоврядування, участь держави тут лише регулююча і контролююча. Передача повноважень може проходити лише за умовою належної перевірки і лише після прийняття відповідних законів. А рівень децентралізації має включати в себе співвідношення двох важливих показників – свободи органів самоврядування в прийнятті рішень і їх здатності нести відповідальність за ці рішення.

Територіальна громада вважається спроможною, якщо в результаті добровільного об'єднання вона здатна «самостійно або через відповідні органи місцевого самоврядування забезпечити належний рівень надання послуг, зокрема у сфері освіти, культури, охорони здоров'я, соціального захисту, житлово-комунального господарства, з урахуванням кадрових ресурсів, фінансового забезпечення та розвитку інфраструктури відповідної адміністративно-територіальної одиниці» [4].

З 1998 року до 2014 року Україною було прийнято 3 спроби ввести цю реформу (1998-2000, 2004-2006 та 2010-2011 роках). Але, на думку експертів, під час трьох попередніх спроб не вдалось правильно впровадити цю концепцію через серйозні прорахунки. Наприклад, належним чином не була підготовлена «основа» майбутньої реформи, а саме:

- не були проведені роботи по залученню головних зацікавлених сторін (громад, керівників органів влади і тд);
- не була створена структура для розробки і впровадження адміністративної реформи на загальнодержавному та місцевому рівнях;
- не була проведена комплексна перевірка органів влади для виявлення ступеня їх ефективності та зайвих їх функцій;
- не була розроблена оптимальна схема взаємодії органів влади на усіх рівнях.

Головною перевагою реформи децентралізації є підвищення фінансової самостійності місцевих громад. Проте, не зважаючи на це, існують певні ризики. Насамперед йдеться про домінування локальних інтересів над регіональними чи навіть загальнодержавними. За оцінками експертів, надмірна децентралізація бюджетної системи ускладнює реалізацію державою такої функції як стабілізація і перерозподіл доходів. Адже в умовах фінансово-економічної нестабільності (кризи), цілі державної та регіональної (а тим більше місцевої) влади в питаннях реалізації бюджетної політики можуть мати різні пріоритети [4]. Не секрет, що меншою кількістю структур легше керувати і легше їх контролювати.

Не менш важливим є питання щодо місцевих податків і зборів, які отримує сільська рада, що потім вкладаються в розвиток інфраструктури свого населеного пункту. Чи є гарантії, що після об'єднання податки розподілятимуться пропорційно між усіма населеними пунктами об'єднаної громади? Досвід ОТГ, що вже створені, показує, що значні кошти вкладаються в розвиток інфраструктури центру громади, решта населених пунктів фінансуються за залишковим принципом. Актуальними, зважаючи на досвід уже створених ОТГ, є питання достатності коштів для самостійного існування громад, як це впливає на якість життя громадян і що є привабливішим – самостійність чи об'єднання населених пунктів.

1. *Архипенко І. Зарубіжний досвід децентралізації влади: уроки для України. Державне управління та місцеве самоврядування, 2018, вип. 4(39) URL: [http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2018/2018_04\(39\)/4.pdf](http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2018/2018_04(39)/4.pdf) (дата звернення 21.02.2020).*

2. *Про схвалення Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні: схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 1 квітня*

2014 р. № 333-р URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-%D1%80> (дата звернення 20.02.2020).

3. Реформа територіальної організації влади може зрушити з місця реформування країни в цілому Ю. Гануцак URL: <https://decentralization.gov.ua/news/6822> (дата звернення 20.02.2020).

4. Бриль М., Врублевський О., Данчева О., У Сеїтосманов А., Чубаров Е. Успішна територіальна громада: будемо разом. Харків : Видавничий будинок Фактор, 2018. — 128 с. URL: <https://despro.org.ua/library/publication/UspishnaTerytorialnaHromada2018.pdf> (дата звернення 20.02.2020).

ХИМИЧ І.Г., ТИМОШИК Н.С.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ЕКОНОМІЧНА СТАБІЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ: РЕАЛЬНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Для розвитку економіки країни в цілому, перед усім, необхідне забезпечення багатьох умов, що сприятимуть цій меті. До таких умов варто віднести, перш за все, – це: ефективність дієвості законодавчої бази на всіх рівнях, забезпеченість економічного розвитку в усіх його проявах, достатнє фінансове забезпечення всіх сфер розвитку, а також їхніх складових елементів; крім цього, не варто забувати і про соціальну захищеність населення тощо.

Одним із загальних показників, що відображає стан економічної стабільності в державі являється, так званий, індекс економічної свободи, який, починаючи ще від 1995 р., розраховується на кінець кожного року Wall Street Journal та Heritage Foundation [1].

На даний час цей індекс розраховується та оцінюється для 186-ти країн світу та, на основі отриманих його результатів, здійснюється вибір найрозвинутішої з них.

Для оцінки індексу економічної свободи задіяно дванадцять чинників, котрі найбільш повно характеризують та відображають стан та рівень забезпеченості економічної свободи країни. Крім цього, дані чинники погруповані в чотири основні складові, а саме:

1) дотримання та ефективність правової системи в державі, що відображається в забезпеченні та дотриманні її верховенства: можливості права власності, ефективності судової системи, чіткої програми діяльності уряду;

2) ефективність та грамотність щодо степеню втручання уряду, тобто відкритому та доступному обґрунтуванню податкових зобов'язань, чіткості та прозорості державних витрат, прийнятності фіскальних платежів;

3) чіткість та ефективність ринкового регулювання в країні, що свідчить про рівень забезпеченості свободи щодо вибору та здійснення виду бізнесу, забезпеченості свободи діяльності з врахуванням інтересів працівників, а також можливості монетарної свободи;

4) відкритість та доступність ринку, що відображається в свободі здійснення торгівлі, інвестування та фінансування [1].

На рис. 1 [1] представлено динаміку місця розташування України щодо забезпеченості індексу економічної свободи протягом 2010-2019 років.

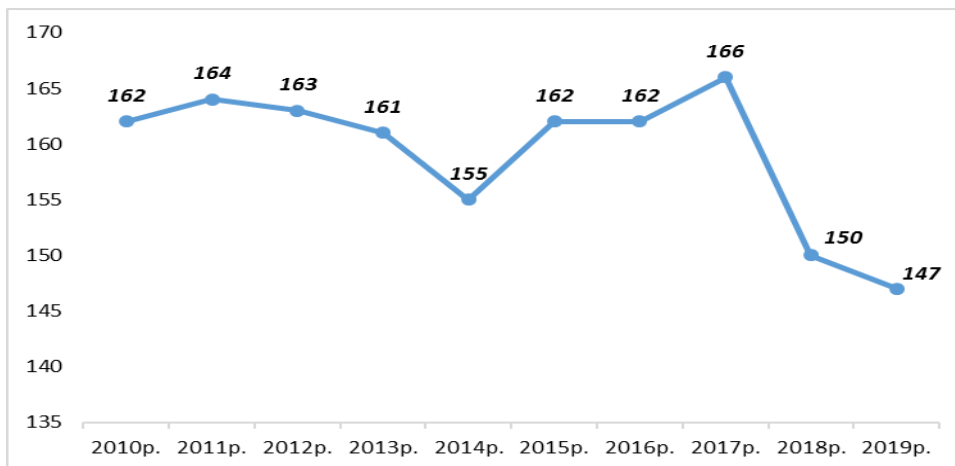


Рис. 1. Динаміка місця розташування України щодо індексу економічної свободи протягом 2010-2019 років, позиція

З представленою графіком видно, що за індексом економічної свободи протягом 2019 р. Україна зайняла 147 позицію в загальному рейтингу, тобто відбулося деяке позитивне зрушення на +3 позиції, відносно даних 2018 р. (150 місце).

Найнижче місце за даним показником, країна посідала в 2017 р. (166 позиція, відповідно).

Рис. 2 [1] відображає тенденцію зміни власне самого значення щодо результатів індексу економічної свободи в Україні за 2010-2019 роки.

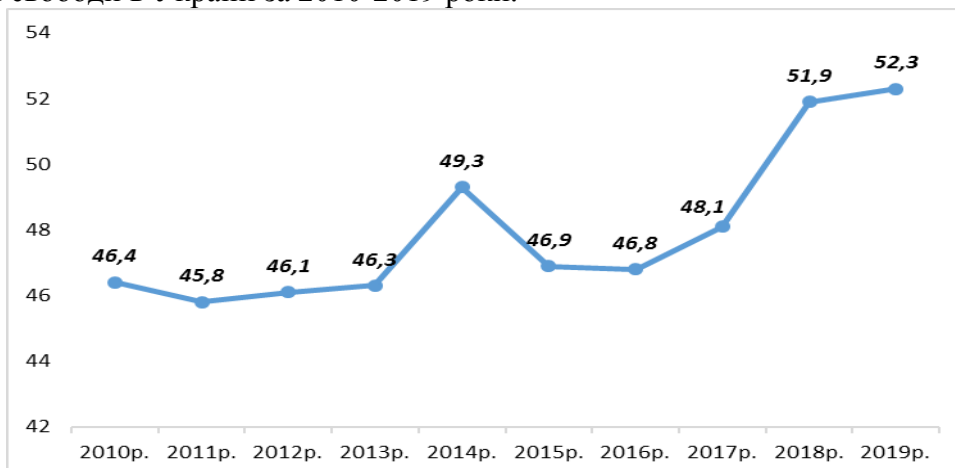


Рис. 2. Динаміка результатів індексу економічної свободи в Україні за 2010-2019 роки, пункти

Представлені дані свідчать про тенденцію росту результату індексу економічної свободи в країні протягом 2011-2014 років, а також за 2017-2019 роки, відповідно.

Протягом 2019 р. значення цього індексу зупинилося на межі 52,3 пункти, на противагу, результату за 2018 р. (51,9 пункт).

Отже, рівень економічної стабільності в Україні на основі даних індексу економічної свободи можна вважати відносно позитивним протягом аналізованого періоду.

З року в рік в країні запроваджуються нові реформи, які стосуються не тільки економічної сфери, але й освіти, медицини, науки тощо. Дана тенденція свідчить, що країна має всі можливості для формування власного ефективного розвитку. Крім цього, країна відкрита для впровадження міжнародного досвіду, проте, із врахуванням власних традицій та культури.

Взагалі, поняття «економічна свобода» має надзвичайно велике значення для розвитку як держави, в цілому, так і для бізнесу країни, зокрема. Тому, що дані процеси взаємопов'язані та взаємозалежні. Від того, який вплив здійснює держава для забезпечення ефективності та прозорості ведення бізнесу, залежить її імідж на міжнародному рівні.

В свій час, від того, на скільки ефективно та дієво здійснюється та розвивається бізнес в країні, залежить стан економіки держави. Тому, найкращим способом для забезпечення взаємодоповненості між державою та бізнесом країни виступає її загальна підтримка щодо:

розвитку бізнесу як такого, забезпеченості можливостей вибору виду здійснення бізнесу, сприяння захищеності працівників, забезпеченості вибору найкращих умов здійснення фінансування, сприяння прийнятних умов здійснення ефективного інвестування та кредитування тощо. Держава повинна максимально ефективно здійснювати управління бізнес-процесами в країні на основі мінімального втручання, проте, на високому рівні забезпеченості як свободи вибору суспільства, так і його фінансової свободи.

1. *The Heritage Foundation: Індекс економічної свободи: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ueff.org/uk/indeksy/75-indeks-ekonomichnoi-svobody-ukrainy>.*

ЧАЙКА П. Г.

Нікопольський економічний університет

СТОРОНИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ЯК ІДЕЇ ЕФЕКТИВНОГО КЕРІВНИЦТВА СИСТЕМОЮ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

На даному етапі розвитку України механізм стратегічного управління знаходиться в стадії становлення, що значною мірою заважає розвитку підприємства на кожному кроці. В економіці перехідного періоду підприємство повинно самостійно визначати і прогнозувати параметри зовнішнього середовища, асортимент продукції і послуг, ціни, постачальників, ринки збуту, а найголовніше – свої довгострокові цілі та стратегію їх досягнення. Саме розробка стратегічного плану виконує цю частину планової роботи. Через те, що вітчизняні підприємства зіштовхуються зі швидкозмінним зовнішнім середовищем, з'являються нові методи, систем і підходів до управління. При умові, що зовнішнє середовище – стабільне, то по суті немає потреби займатися стратегічним управлінням. Однак в даний час більшість підприємств працюють в середовищі, яке швидко змінюється та його важко передбачити, тому, потребують методів стратегічного управління, хоча часто і недостатньо розуміють це.

Ясне і чітке уявлення про сутність стратегічного управління можна отримати, усвідомивши його складові. Дослідження дало можливість окреслити кілька сторін-проявів стратегічного управління як ідеї ефективного керівництва системою в сучасних економічних умовах. До них належать:

1) Цілеспрямована творчість компетентної та високомотивованої команди керівників (в першу чергу, вищої ланки) і співробітників підприємства. Протягом останніх 100 років еволюцію рівня знань вищого керівництва відображає зростання рівня їх компетенції. Деякі сучасні керівники підприємств [1] відзначають, що «основна конкурентна перевага будь-якої компанії на ринку – це вміння вчитися швидше, ніж конкуренти. Швидкість змін на нашому ринку така, що якщо ти трохи не встигаєш за ними, то автоматично випадаєш з боротьби. Але команда складається не тільки з керівників. Кожен співробітник підприємства в цьому процесі повинен бути джерелом творчості, що, в кінцевому підсумку, забезпечить підприємству зростання його добробуту. Тому досягнення творчого максимуму в організації не можливо без високої мотивації співробітників і реалізації на всіх рівнях функціонування підприємства принципу цінності людських якостей співробітників – «Три П» (патріот, порядність людини, професіонал).

2) Еволюційний етап розвитку системи корпоративного планування, яка природно пов'язана з еволюцією рівня знань в менеджменті і включає елементи всіх попередніх систем управління. Передбачається складання бюджетів, використання екстраполяції для оцінки щодо стабільних чинників, застосування елементів стратегічного планування, а також удосконалення, необхідні для адаптації стратегічних рішень в реальному часі.

3) Система інтегрованого внутрішньофірмового планування [2], що забезпечує рівновагу між стратегічною і поточною орієнтацією діяльності підприємства на основі координації стратегічних, середньострокових і тактичних планів. Реакція підприємства на зміни внутрішнього та зовнішнього середовища є двоїстою: довготривалою і оперативною одночасно. Довготривала реакція закладається в стратегічні плани, оперативна реалізується в реальному режимі часу. В результаті виходить, що процес управління організацією (як складною системою) стає більшою мірою випереджувальним, ніж реактивним, тобто організація намагається впливати на події в зовнішньому і внутрішньому оточенні. Це доводить той факт, що рівні мікроекономічного і макроекономічного функціонування економіки знаходяться в тісному взаємозв'язку.

4) Реалізація ідеї стратегічного управління на основі маркетингового підходу. В сучасних умовах концепція маркетингу являє собою «маркетинг відносин», тобто всебічний розвиток відносин зі споживачем з метою максимального задоволення його потреб. Слід зазначити, що жорстка конкуренція поступово змінюється коопераційними зв'язками між колишніми конкурентами. І це ймовірно крок до інтеграції їх діяльності в майбутньому.

5) Сукупність процедур, що забезпечують функціонування системи стратегічного управління підприємства: процедура здійснення процесу планування та порядок дій при плануванні; склад команди планувальників; графік і зміст нарад з планування; система контролю, яка повинна містити систему звітності і структуру нарад [2].

Усвідомлення вищим менеджментом суті стратегічного управління як необхідної принципу збереження і розвитку підприємства в сучасних економічних умовах, як інструменту тривалого, невпинного поступу організації до все більш високого рівня якості продукції та управління – актуальна проблема мікроекономіки сучасної України. Ми відійшли від жорсткого планування в рамках командної економіки, але ще далеко не все з нас навчилися планувати в сучасних швидкозмінних економічних умовах. Тому нам необхідно вчитися і вчити своїх співробітників, міняти свої погляди і, навіть, мислення для того, щоб вийти на інший методологічний рівень в управлінні.

1. Маркова В. Д., Кузнецова С. А. *Стратегический менеджмент : курс лекций*. М. : ИНФРА-М; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2000. 288 с.

2. Мельничук Д. Б. *Семь граней стратегического управления предприятием. Менеджмент в России и за рубежом, 2001. №5 [Электронный ресурс]. Режим доступа : <https://blog.iteam.ru/sem-granej-strategicheskogo-upravleniya-predpriyatiem/>*

ЧІЧКІНА Т.С.

Національний університет біоресурсів та природокористування

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ТА АГРОБІЗНЕС

Сучасне суспільство все більшою мірою залежить від інноваційних технологій, які дозволяють вирішувати нагальні проблеми, трансформуючи економіку та створюючи умови для сталого розвитку. Різноманітні зміни відбуваються в усіх сферах діяльності, особливо в нагальних питаннях забезпечення людства продовольством.

Сьогодення вимагає нарощувати продуктивність, одночасно зменшуючи навантаження на ресурси та навколишнє середовище. Величезним кроком уперед є поліпшення доступу до цифрових технологій в аграрному секторі. Діджиталізація створює сприятливі умови для розвитку фермерських господарств, полегшуючи доступ до ринків збуту, зокрема, за

допомогою блокчейн-технологій, знижуючи бюрократичне навантаження і, відповідно, зменшуючи витрати коштів і часу.

На жаль, українські аграрії тільки впроваджують GPS-трекери, отримання даних від датчиків, відеомоніторинг, базові програми обліку, і, в кращому випадку, електронний документообіг, а в світі поширюють введення штучного інтелекту та роботів. Саме дрони, роботи, штучний інтелект, цифрові платформи допомагають збільшувати об'єми і покращувати якість урожаю з мінімальною шкодою для навколишнього середовища. Доведено, що використання точних «розумних» технологій сприяє зниженню витрат у сільгоспвиробництві у середньому на 15 % та збільшенню врожайності на 13 %.

Але, навіть невисокий рівень використання сучасних досягнень дають змогу вітчизняним фермерам підвищувати продуктивність та зменшувати витрати.

Датчики із GPS-координатами можуть віддалено моніторити ситуацію на фермі або полях та збирати аналітику в режимі реального часу, що допомагає приймати зважені рішення. Датчики, встановлені на сільськогосподарській техніці, попереджають про технічні неполадки для завчасного ремонту та допомагають відслідковувати показники врожайності та якості. Дрони для відео- і фотозйомки полів перевіряють стан ріллі, виокремлюють найпроблемніші ділянки і допомагають спланувати заходи для ліквідації проблем. На ринку є також дрони-пастухи, коптери для посіву, дрони-оприскувачі тощо.

Проте недостатнє використання всіх можливостей в даному напрямку не реалізує весь сучасний потенціал таких інновацій та не розкриває їхню цінність для агробізнесу. За результатами досліджень Capgemini, ті, хто першим впроваджує нові технології, отримують зростання прибутків на 9 %, збільшення рентабельності на 26 % та покращення оцінки ринку на 12 %.

При цьому варто відмітити, що пропозиція різноманітних інноваційних технологій зростає, і вони є доступними не лише для великих агрохолдингів, а й для підприємств малого та середнього бізнесу. Але ефективність діджитал-інструментів може бути досягнена тільки при налагодженні процесів, встановленні точок контролю та дотримання бізнес-логіки.

Крім того, необхідно звернути увагу на проблеми з трудовою міграцією, коли українці виїжджають в інші країни. Діджиталізація бізнес-процесів дозволить знизити ризики втрати кадрів, які володіють необхідними знаннями та інформацією, та замінити технологіями низькокваліфіковану працю. В такому випадку фермери будуть все більш ефективнішими. Зокрема, на думку експертів, діджитал-система допоможе зацікавити представників покоління Z, які впевнено почувають себе в цифровому русі. Діджиталізація також може допомогти українським фермерам, які сьогодні дуже важко знаходять собі ринки, конкурувати з великими транснаціональними корпораціями.

ШЕРЕМЕТ Л.П., МАЛІЧ Л.А.

Донецький державний університет управління

КЛЮЧОВІ ПОКАЗНИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасному світі будь-яке підприємство характеризується своєю складним внутрішнім і зовнішнім економічним середовищем. В таких умовах виникає необхідність відстежувати ефективність своєї діяльності. Зараз існує величезна кількість інструментів в основу яких закладено оцінювання ефективності, що дозволяє виявити і забезпечити взаємозв'язок між цілями компанії та реальним стан справ. Одним з таких інструментів вважається система КРІ. Вона представляє із себе систему оцінки ефективності управління співробітниками, відділами та організацією в цілому.

У зарубіжній літературі представлені такі моделі, як Бортове табло (Tableau de Bord), Ділове вікно управління (Business Management Window), модель внутрішнього ринку «Хьюлетт-Паккард», управління по цілям (Management by Objectives, MBO), модель EP2M (Effective Progress and Performance Measurement), система поліпшення і вимірювання продуктивності (Productivity Measurement and Enhancement System (ProMES)).

В основі перерахованих вище зарубіжних моделей лежить кількісно вимірний показник досягнутих результатів - ключовий показник ефективності, або KPI (Key Performance Indicator). виділяють:

- 1) KPI результату - скільки виробили і який результат;
- 2) KPI витрат - кількість витрачених ресурсів;
- 3) KPI функціонування - оцінка відповідності процесу алгоритму його виконання;
- 4) KPI продуктивності - відношення отриманих результатів до часу, витраченому на його отримання;
- 5) KPI ефективності - відношення отриманого результату до витрачених ресурсів.

Кожен з показників має цифровий вираз і демонструє результативність усіх процесів організації. Правильно побудована система дозволяє найкращим чином організувати роботу всіх відділів. Впровадження даної системи відбувається в кілька етапів:

1. Розробка KPI в прив'язці до загальної стратегії і цілям. Даний етап характеризується визначенням генеральної мети компанії і розподіл їх по пріоритетності. Вже на першому етапі варто починати залучення співробітників до створення піраміди цілей. Так як це не тільки допоможе більш грамотно побудувати систему, а й уникнути ефекту «відторгнення новизни» серед співробітників усіх рівнів.

2. Підготовка співробітників. Не можна сказати, що система може бути впроваджена легко і непомітно для персоналу. І найчастіші помилки на даному етапі це відсутність обов'язкового роз'яснення співробітникам про необхідність введення даної системи, що є в першу чергу демотивацією, тобто зворотним ефектом бажаного результату.

3. Вибір відповідних KPI. На даному етапі рекомендується скласти якомога точніші формули, показники не повинні бути не розмиті, а також на винагороду фахівця, не повинні впливати фактори, на які його діяльність впливає слабо або не впливає зовсім. На цьому етапі правильний вибір індикаторів для кожного співробітника, забезпечить зростання ключових показників, так як кожен буде бачити чіткий взаємозв'язок між показниками і досягненням головної мети організації

4. Автоматизація системи KPI. Коли всі перераховані вище етапи успішно пройдені, можна переходити до завершального етапу, а саме підбору програмного рішення, яке здатне:

- Спростити процес планування і вибору ключових цілей;
- Формувати звіти по ефективності кожного співробітника і підрозділів;
- Автоматично розраховувати винагороду співробітників.

Так як впровадження системи процес досить складний, компанія повинна дотримуватися певних принципів:

- Принцип 10 \ 80 \ 10. Згідно з цим принципом компанія повинна визначити ключові індикатори: 10 результативності; 80 виробничих; 10 ефективності. Не рекомендується використовувати більше, так як це може привести до перевантаженості співробітників непотрібною роботою, а керівники стурбовані причинами невиконання показників, які не впливають на результативність.

- Узгодження генеральних цілей і стратегічного плану. Даний принцип заснований на тому, що індикатори ефективності не мають ніякого значення, якщо вони не співвіднесені з головною метою компанії.

- Принцип керованості і контролю. Кожному підрозділу, який відповідає за свій показник необхідно надати ресурси для управління. А результат управління обов'язково повинен контролюватися.

- Партнерство. Щоб підвищити продуктивність, варто забезпечити партнерські відносини між усіма співробітниками, тим самим донести до них необхідність нововведень.

- Принцип вимірності і досяжності показників. Для того щоб показник можна було виміряти, він повинен бути чітко визначений, а так само мета повинна бути стимулом, але в той же час бути реально досяжною

Впровадження і робота по системі KPI має безліч переваг:

- Вихід організації на новий більш високий рівень, за рахунок зростання продуктивності праці і економічної ефективності організації.
- Наявність прозорої системи оцінки роботи і оплати праці
- Підвищення кваліфікації співробітників, а так само управлінського досвіду менеджерів
- Фонд оплати є не додатковою витратою, а засобом мотивації співробітників
- Зниження плинності кадрів, за рахунок більш усвідомленого бачення власних цілей у співробітників

Але не дивлячись на велику кількість переваг, як і у будь-якій системі, KPI має свої недоліки:

- Втрата в зарплаті всіх співробітників, якщо підрозділ не домогся поставлених результатів;
- Многі компанії, впроваджуючи систему KPI, як засіб мотивації забувають про фінансову винагороду, за перевиконання плану, акцентуючи свою увагу тільки на штрафах;
- Так як підібрати справедливі показники ефективності досить трудомісткий процес, ще одним важливим недоліком системи, є трата величезної кількості часу;
- Возможность виникнення ефекту «неприйняття нововведень», і як результат ймовірність відтоку кадрів, незгодних працювати за цією системою.

На основі виявлених недоліків системи можна виділити основні заходи по їх усуненню: Для того щоб кожен співробітник чітко знав, за що і коли, він отримує фінансову винагороду / штраф, роботодавцю рекомендується документально оформляти завдання і терміни їх виконання. Також як разом з щомісячним контролем можна вводити оцінку досягнень, що буде виступати як додаткова мотивація. І нарешті, в деяких випадках показники, слід прописувати виключно керівниками підрозділів, так як саме вони найбільшою мірою знайомі зі специфікою роботи фахівця, що зменшує ймовірність помилкового KPI.

З кожним роком збільшується кількість компаній впроваджують систему ключових показників. Впровадження системи KPI-це довгий і трудомісткий процес. Він вимагає багато як моральних, так і матеріальних ресурсів, але при цьому результат від впровадження є чітке бачення фахівцями своїх обов'язків, що призводить до якісної і кількісного зростання компанії.

1. Миколаєва О. Є. Визначення механізму управління корпоративними утвореннями на основі подвійності інтересів компонентів зовнішнього і внутрішнього середовища // Молодий вчений. - 2012. - № 3. - С. 179-182.

2. Руденко Л. Г., Дегтяр Н. П. Сутність KPI і його роль в управлінні підприємством // Вісник Московського університету ім. С.Ю. Вітте. Серія 1: Економіка та управління. - 2017. - С. 50-53.

3. Торгунакова А. С. Актуальність корпоративного навчання в сучасній організації. Сучасні наукові дослідження та інновації. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://web.snauka.ru/issues/2015/09/57390>.

4. Мартін Клюбек. Бізнес-метрика: Як поліпшити ключові результати компанії. Apress, 2011 р - Журнал «Генеральний директор». Стаття «KPI (ключові показники ефективності). Як впровадити систему KPI в компанії» від 03.10.2014 р

3. Офіційний сайт по розробці ССП і KPI. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.balancedscorecard.org/> (дата звернення: 07.06.2018).

ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ КРЕДИТНОГО РИНКУ В УКРАЇНІ

Фінансовий ринок відіграє одну із найважливіших ролей у забезпеченні сталого розвитку економіки країни. В Україні сформована банкоцентрична модель функціонування фінансового ринку, за якої центральне місце у фінансовій системі країни належить банкам та механізму кредитного забезпечення фінансування економіки [1]. Відтак стабільність розвитку національної економіки визначається ефективністю функціонування кредитного ринку України.

Кредитний ринок – це частина фінансового ринку, на якому формується попит і пропозиція на позиковий капітал [2]. На кредитному ринку здійснюють обіг боргові фінансові інструменти. Упродовж останніх років кредитному ринку України притаманна значна нестабільність, що негативно впливає на розвиток економіки в країні [3]. Ці проблеми виявляються під час аналізу необхідних умов функціонування кредитного ринку, якими є наявність: законодавчого регулювання, законодавчого і нормативного забезпечення, позичальників, які можуть вчасно і у повному обсязі виконати зобов'язання за кредитами, та кредиторів з тимчасово вільними коштами [4].

Основною перешкодою для розвитку кредитного ринку в Україні є нестабільна економічна ситуація, яка загострилася у 2014 р. у зв'язку з окупацією частини території України та втратою значного обсягу банківських активів на цій території. Подальший етап функціонування кредитного ринку характеризувався банкрутством великої кількості банківських установ, масовим відтоком депозитів із банківської системи та зростанням відсоткових ставок, що зробило кредитні ресурси, фактично, не доступними для суб'єктів підприємництва. Усе це знизило рівень довіри населення до установ, які функціонують на кредитному ринку. Наслідком стало зниження ліквідності банківської системи, обсяги депозитів населення не повернулися до докризового показника і банки лишаються з обмеженою кількістю ресурсів для здійснення кредитної діяльності. Кредитні кошти продовжують залишатися дорогими і малодоступними. Це можна перевірити, провівши аналіз величини депозитів в банківських установах і ставки по кредитах (табл. 1).

Таблиця 1

Депозити, отримані банківськими установами, та відсоткова ставка за кредитами

Показники	На кінець звітного періоду			
	2016	2017	2018	2019
Депозити отримані всього, млн. грн.	807066	882055	914824	1 050748
у т. ч., депозити, отримані від суб'єктів господарювання, млн. грн.	369913	403955	406367	498156
Темп приросту депозитів, отриманих від суб'єктів господарювання, до попереднього періоду, %	-	9,2	0,6	22,59
Частка депозитів, отриманих від суб'єктів господарювання, %	45,83	45,8	44,42	47,41
У т. ч., депозити, отримані від фізичних осіб, млн. грн.	437152	478100	508457	552592
Темп приросту депозитів, отриманих від фізичних осіб, до попереднього періоду, %	-	9,37	6,35	8,68
Частка депозитів, отриманих від фізичних осіб, %	54,17	54,2	55,58	52,59
Відсоткова ставка за кредитами, %	16	16,5	20	15,5

**Сформовано за даними [5] та [6]*

За даними табл. 1 прослідковується позитивний приріст як загальної суми депозитів, так і зокрема тих, що отримані від фізичних та юридичних осіб. Темп приросту депозитів як юридичних, так і фізичних осіб коливається, але загальна тенденція все ж позитивна, що

свідчить про поступове подолання недовіри до банківських установ. У структурі депозитів незначною мірою переважає частка депозитів фізичних осіб.

Для оцінювання наявності зв'язку між двома показниками, проведемо графічний аналіз (рис. 1)

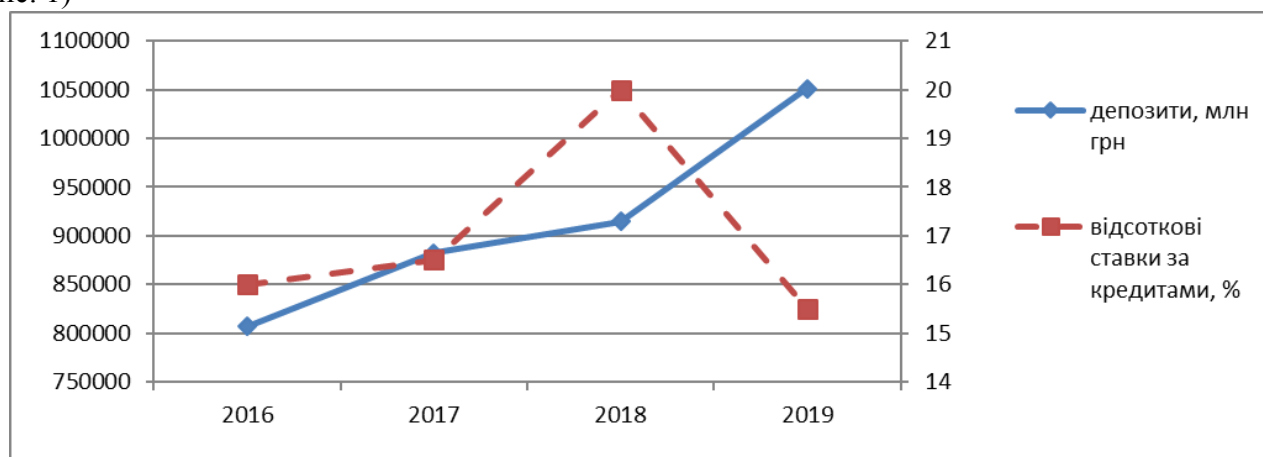


Рис. 1 – Динаміка обсягів депозитів та відсоткових ставок у 2016-2019 рр. [5]

Динаміка депозитів, отриманих у 2016-2019 р. є зростаючою, хоч і з різними темпами у різні роки. Динаміки відсоткової ставки за кредитами у 2016-2019 р. була неоднорідною: до 2018 р. відбувалося зростання із 16% до 20%, але у 2018 року відбулося падіння ставки, яка у 2019 р. опустилася нижче рівня 2016 р. і становила 15,5%. Це зробило кредити більш доступними як для фізичних осіб, так і для суб'єктів господарювання.

Для визначення залежності між величиною депозитів і відсотковою ставкою за кредитами було розраховано коефіцієнт кореляції Пірсона, який у даному випадку становить (-0,128). Отже, проаналізувавши динаміку депозитів отриманих і динаміку відсоткової стави за кредитами за 2016-2019 рр., а також визначивши лінійну залежність між двома показниками на основі коефіцієнта кореляції Пірсона, можна зробити висновок, що при зростанні величини депозитів знижується відсоткова ставка за кредитами оскільки коефіцієнт кореляції є від'ємним. Це добре прослідковується з 2018 по 2019 рік. Причиною такої тенденції стала стабілізація економіки. Але оскільки значення коефіцієнта кореляції є досить малим, то залежність між показниками є низькою. Тому не можна стверджувати, що відсоткова ставка за кредитами залежить від обсягів залученого банками капіталу. Ця залежність справджується лише в умовах стабільної економіки.

1. Слав'юк Р. А., Олександренко І. В. Вплив іноземного капіталу на розвиток регіону: монографія. Львів: ННВК «Академія технологій та бізнесу», 2010. 305с.

2. Слав'юк Р. А. Методологічні основи аналізу капіталізації комерційних банків. Вісник Університету банківської справи НБУ. 2008 №2. С. 34-38.

3. Кондрат І.Ю. Топій І.І. Антикризове управління фінансами банків на прикладі ПАТ «Брокбізнесбанк». Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Серія "Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку". 2014. № 797. С.461 – 469.

4. Слав'юк Р. А. Вплив адекватності капіталу на показники діяльності банків України. Регіональна економіка. 2013. №4. С. 80-86

5. Основні показники діяльності банків України. [Електронний ресурс]. URL: <https://bank.gov.ua/statistic/supervision-statist/data-supervision#2> (дата звернення 25.02.2020 р.)

6. Процентні ставки за активними і пасивними операціями Національного банку України. НБУ [сайт]. URL: <https://bank.gov.ua/statistic/sector-financial/data-sector-financial#2fs> (дата звернення 25.02.2020 р.)

DEVELOPMENT OF BUSINESS ECONOMY IN TERMS OF DIGITIZATION

The first 10 to 15 years of the 2000s will most probably be considered a turning point in economic history. That is when the digital economy fully came to replace the old, analogue economy. In many industries, digitization is at the acceleration point on the classic S-curve, indicating where new services, products and technologies are emerging.

Societies are in constant transformation, with new ideas challenging old ones. One objective that drives change and development is the desire to improve productivity, because higher productivity is the most important explanation of long-term prosperity.

There are several reasons for economic development, but one of the most important is the introduction of new technologies. The steam engine allowed the creation of energy in an efficient and powerful way. Mechanization led to machines that replaced humans' hard work. Electrification brought opportunities to all regions. Again, technological changes challenge old structures. Together, the steam engine and mechanization contributed to making obsolete traditional methods of production in many industries. Electrification in turn contributed to out-compete production methods that were derived from the steam engine.

In 1990, there were 100 million personal computers worldwide, 10 million mobile phone users, and less than 3 million people (about the population of Berlin) on the Internet. Most of them used dial-up modems. By 2010, there were 1.4 billion PCs, 5 billion mobile phone users, and an Internet population of 2 billion, about the size of India and China combined. Nearly all were connected with broadband or a handheld browser, and they were geographically and economically dispersed; more than half a billion people today connect online from Africa. During most of the ICT sector's development, its impact was measured in terms of connection: the number of people reached by telecommunications lines and thus with access to the Internet (Fig 1). But in a world of near-universal access, a new form of assessment is needed.

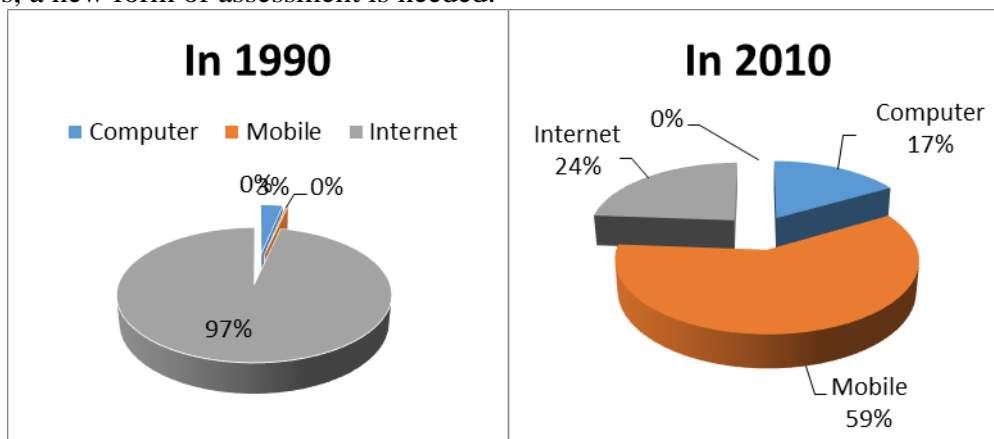


Fig. 1. Comparing the use of digital access channels

For the world as a whole, the progression of digitization through these stages is accelerating. Developed countries such as Germany, the United Kingdom, and the United States took nearly four years on average to move from the emerging to the transitional stage; now, countries such as the United Arab Emirates, Kuwait, and Estonia are making that same move in less than two years.

Between 2004 and 2007, countries registered 39 stage leaps; between 2007 and 2010, there were 65 stage leaps. From 2004 to 2007, countries moved, on average, seven points up the scale (of a total 100 points). From 2007 to 2010, the average jump was 10 points.

The mass adoption of connected digital services by consumers, enterprises, and governments has emerged in recent years as a key economic driver that accelerates growth and facilitates job creation. Digitization's impact on GDP and jobs in 2011 and regional impact are shown in Table 1.

Table 1

Digitization's impact on GDP and created jobs in the world

Region	GDP Impact (US \$ Billions)	Number of Jobs created
Africa	8.3	618,699
Commonwealth of Independent States	11.8	340,820
East Asia and Pacific	55.8	2,370,241
East Europe	7.0	159,015
Latin America and Caribbean	27.0	636,737
Middle East and North Africa	16.5	377,772
North America	25.3	167,650
South Asia	9.4	1,117,753
Western Europe	31.5	213,578
Total	192.6	6,002,266

In the current environment of a sluggish global economy, digitization can play an important role in assisting policymakers to spur economic growth and employment. Strategy&'s econometric analysis estimates that, despite the unfavorable global economic climate, digitization provided a US\$193 billion boost to world economic output and created 6 million jobs globally in 2011.

Summarizing the above we can draw main conclusions. Creating digital markets and boosting digitization can yield significant economic benefits and lead to substantial social benefits to societies and communities. Digitization has the potential to boost productivity, create new jobs, and enhance the quality of life for society at large. For example, if emerging markets could double the Digitization Index score for their poorest citizens over the next 10 years, the result would be a global \$4.4 trillion gain in nominal GDP, an extra \$930 billion in the cumulative household income for the poorest, and 64 million new jobs for today's socially and economically most marginal groups. This would enable 580 million people to climb above the poverty line. We have estimated the GDP and employment impact caused by the increased digitization in most countries and aggregated to get the global impact.

1. *Digitization and Prosperity [Electronic resource]. – Access Mode:*

<https://www.strategy-business.com/article/00127?gko=b781c>

2. *Digitization for economic growth and job creation [Electronic resource]. – Access Mode:*

<https://www.strategyand.pwc.com/m1/en/reports/digitization-for-economic-growth-and-job-creation.pdf>

3. *Digitization Change and Economic Growth [Electronic resource]. – Access Mode:*

<https://www.wsp.com/en-GL/insights/digitization-change-and-economic-growth>.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

Адамишин Андрій Володимирович – студент Нікопольського економічного університету, м. Нікополь

Бараняк Ігор Євгенович – провідний інженер ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І.Долішнього НАН України», м.Львів

Бачинська Марія Володимирівна – к.е.н,науковий співробітник ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І.Долішнього НАН України», м.Львів

Бідюк Любов Віталіївна – студент Національного університету «Львівська політехніка», м.Львів

Білець Василь Іванович – студент Національного університету «Львівська політехніка», м.Львів

Білецька Дар'я Олександрівна – аспірант кафедри менеджменту і адміністрування, Український державний університет залізничного транспорту, м.Харків

Брюховецький Ярослав Сергійович – молодший науковий співробітник, Інститут економіки промисловості НАН України, м. Київ

Буришин Ольга Юріївна – студент Мукачівського кооперативного торговельно-економічного коледжу, м.Мукачево

Волошенко Антоніна Віталіївна – доктор екон. наук, доцент,головний науковий співробітник наукового центру проблем виховання доброчесності та запобігання корупції у секторі безпеки та оборони, Національний університет оборони України імені Івана Черняховського, м.Київ

Габовда Евеліна Гейзівна – студент Мукачівського кооперативного торговельно-економічного коледжу, м.Мукачево

Галамай Яна Олександрівна – студент Нікопольського економічного університету, м. Нікополь

Гошовська Оксана Вікторівна – канд. екон. наук, доцент,доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки, Національний університет «Львівська політехніка», м.Львів

Григор'єва Олександра Павлівна – студент Національного університету «Львівська політехніка», м.Львів

Гуменна Оксана Михайлівна – студент Національного університету «Львівська політехніка», м.Львів

Гуменюк Віталій Віталійович – канд. екон. наук,доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки, Національний університет «Львівська політехніка», м.Львів

Давиденко Людмила Сергіївна – студент Національного університету «Львівська політехніка», м.Львів

Данилович-Кропивницька Марта Львівна – канд. екон. наук, доцент,доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки, Національний університет «Львівська політехніка», м.Львів

Данилюк Юлія Володимирівна – студент Національного університету «Львівська політехніка», м.Львів

Завербний Андрій Степанович – доктор екон. наук, доцент,доцент кафедри зовнішньоекономічної та митої діяльності, Національний університет «Львівська політехніка», м.Львів

Завтура Катерина Олександрівна – студент Національного університету «Львівська політехніка», м.Львів

Зинич Леся Володимирівна – студент Національного університету «Львівська політехніка», м.Львів

Іличок Богдан Іванович – канд. екон. наук, доцент,доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки, Національний університет «Львівська політехніка», м.Львів

Ільїн Ігор Євгенович – студент Нікопольського економічного університету, м. Нікополь

Канцір Ірина Анатоліївна – канд. екон. наук,викладач-методист, Львівський техніко-економічний коледж Національного університету «Львівська політехніка», м.Львів

Канцір Соломія Володимирівна – студент Українського католицького університету, м. Львів

Карасюкевич Юлія Валентинівна – студент Національного університету «Львівська політехніка», м. Львів

Кліпков Ігор Романович – студент Львівського навчально-наукового інституту Державного вищого навчального закладу «Університет банківської справи», м. Львів

Кліпкова Оксана Ігорівна – канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту та соціально-гуманітарних дисциплін, Львівський навчально-науковий інститут Державного вищого навчального закладу «Університет банківської справи», м. Львів

Комаринець Софія Орестівна – канд. екон. наук, доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки, Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Коропець Ігор Васильович – студент Нікопольського економічного університету, м. Нікополь

Косар Наталія Степанівна – канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри маркетингу і логістики Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Котляренко Яна В'ячеславівна – студент Одеського національного економічного університету, м. Одеса

Котович Віра Богданівна – магістр Львівського навчально-наукового інституту ДВНЗ «Університет банківської справи», м. Львів

Коцан Соломія Василівна – студент Національного університету «Львівська політехніка», м. Львів

Кузьо Наталія Євгенівна – старший викладач кафедри маркетингу і логістики, Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Лавренюк Анастасія Володимирівна – студент Національного університету «Львівська політехніка», м. Львів

Левицька Яна Вікторівна – аспірант кафедри адміністративного та фінансового менеджменту, Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Лихолат Світлана Михайлівна – канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри маркетингу і логістики, Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Ліщук Дарина Олексіївна – студент Національного університету «Львівська політехніка», м. Львів

Лук'янчук Олександра Олегівна – студент Нікопольського економічного університету, м. Нікополь

Маліч Людмила Анатоліївна – канд. екон. наук, доц, доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності, Донецький державний університет управління, м. Маріуполь

Мамчин Мирослава Михайлівна – канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри маркетингу і логістики, Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Мандюк Ярина Юріївна – студент Національного університету «Львівська політехніка», м. Львів

Маринюк Тетяна Василівна – студент Національного університету «Львівська політехніка», м. Львів

Медік Максим Андрійович – студент Нікопольського економічного університету, м. Нікополь

Михальчишин Наталія Лук'янівна – канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки, Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Мунтян Раїса Вікторівна – студент Нікопольського економічного університету, м. Нікополь

Нанівський Степан Любомирович – аспірант кафедри теоретичної та прикладної економіки, Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Нижник Іванна Борисівна – студент Національного університету «Львівська політехніка», м. Львів

Ніколайчук Тетяна Олексіївна – аспірант кафедри економіки природокористування Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАНУ, м. Одеса

Нічипуренко Олександр Олександрович – студент ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», м. Київ

Паук Наталія Ігорівна – студент Національного університету «Львівська політехніка», м. Львів

Пельо Ольга Петрівна – студент Національного університету «Львівська політехніка», м. Львів

Перхач Оксана Любомирівна – канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри адміністративного та фінансового менеджменту, Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Петраш Евеліна Іванівна – студент Національного університету «Львівська політехніка», м. Львів

Подгоренко Юлія Олегівна – студент Національного університету «Львівська політехніка», м. Львів

Польовик Олександр Юрійович – студент Нікопольського економічного університету, м. Нікополь

Поплавська Жанна Василівна – доктор екон. наук, професор, завідувач кафедри теоретичної та прикладної економіки, Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Проців Олег Романович – канд. наук з держ. упр., докторант Львівського регіонального інституту державного управління, м. Брюховичі Львівська обл.

Пушак Галина Іванівна – канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки, Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Рисін Марія Віталіївна – канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи і страхування, Львівський навчально-науковий інститут ДВНЗ «Університет банківської справи», м. Львів

С’єдіна Галина Петрівна – викладач бухгалтерського обліку Самбірський технікум економіки та інформатики, м. Самбір

Савінова Зор’яна Віталіївна – студент Національного університету «Львівська політехніка», м. Львів

Савчук Марина Юріївна – студент Національного університету «Львівська політехніка», м. Львів

Садова Уляна Ярославівна – доктор екон. наук, професор, професор кафедри теоретичної та прикладної економіки, Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Селюченко Надія Євстахіївна – канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри економіки підприємства та інвестицій, Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Сенів Лідія Анатоліївна – канд. екон. наук, доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки, Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Сич Лілія Іванівна – магістр Державного вищого навчального закладу «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», м. Київ

Скорик Галина Іванівна – канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки, Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Слав’юк Ростислав Анатолійович – доктор екон. наук, професор, професор кафедри підприємництва та екологічної експертизи товарів, Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Степура Тетяна Михайлівна – канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки, Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Терлецька Вікторія Олександрівна – канд. екон. наук, асистент кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва, Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Тимошик Наталія Степанівна – канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри економіки та фінансів, Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, м. Тернопіль

Товкач Олександр Олександрович – студент Нікопольського економічного університету, м. Нікополь

Тревого Олена Ігорівна – канд. екон. наук, доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки, Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

- Улещенко Анна Вікторівна** – студент Нікопольського економічного університету, м. Нікополь
- Уханова Інна Олегівна** – канд. екон. наук, доцент, Одеський національний економічний університет, м. Одеса
- Фомічов Артем Олегович** – студент Нікопольського економічного університету, м. Нікополь
- Фомічов Юрій Олегович** – студент Нікопольського економічного університету, м. Нікополь
- Францева Наталія Олександрівна** – студент Національного університету «Львівська політехніка», м. Львів
- Химич Ірина Григорівна** – канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри економіки та фінансів, Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, м. Тернопіль
- Чабан Віталій Святославович** – студент Національного університету «Львівська політехніка», м. Львів
- Чайка Павло Григорович** – студент Нікопольського економічного університету, м. Нікополь
- Черкес Христина Романівна** – студент Національного університету «Львівська політехніка», м. Львів
- Чічкіна Тетяна Сергіївна** – студент Національного університету біоресурсів та природокористування, м. Київ
- Шеремет Лілія Павлівна** – студент Донецького державного університету управління, м. Маріуполь
- Шкварчук Людмила Олександрівна** – доктор екон. наук, професор, професор кафедри фінансів, Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів
- Янко Крістіна Василівна** – студент Національного університету «Львівська політехніка», м. Львів
- Яричевська Ярина Ігорівна** – студент Національного університету «Львівська політехніка», м. Львів
- Bremond Tenda** – магістр Львівського навчально-наукового інституту ДВНЗ «Університет банківської справи», м. Львів

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**Матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції
«Проблеми бізнес-економіки в сучасних умовах»**

Укладач: Н.Л. Михальчишин

Комп'ютерна верстка О.Я. Завельська

Один електронний оптичний диск CD-ROM
Об'єм даних у мегабайтах 1,43 Мб
Наклад 100 прим.

ТзОВ «Галицька видавнича спілка»
вул.Туган-Барановського, 24, м.Львів, 79005
Тел. (032) 276-37-99
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК №198

Видавець і виготівник: СПДФО «Марусич М.М.»
пл. Я.Осмомисла, 5/11
Тел./факс +38 (032) 261 51 31
e-mail: interprint-m@ukr.net