

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
РАДА МОЛОДИХ ВЧЕНИХ**



Збірник тез доповідей
XVII Міжнародної
науково-практичної
конференції молодих вчених

**ЕКОНОМІЧНИЙ І СОЦІАЛЬНИЙ
РОЗВИТОК УКРАЇНИ В ХХІ СТОЛІТТІ:
НАЦІОНАЛЬНА ВІЗІЯ ТА ВИКЛИКИ
ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

**Тернопіль
ТНЕУ
2020**

Економічний і соціальний розвиток України в XXI столітті: національна візія та виклики глобалізації (Збірник тез доповідей XVII Міжнародної науково-практичної конференції молодих вчених (Тернопіль, 14–15 травня 2020 року)), Тернопіль, ТНЕУ, – 160 с.

Редакційна колегія:

Бінчаровська Т. А., к.е.н.
Блажей І. О., к.е.н.
Бондарук А. П.
Борисяк О. В., к.е.н.
Брик М. М., к.е.н.
Вацлавський О. І., к.е.н.
Войтюк І. Ф., к.т.н., доц.
Гузела І. А., аспірант
Дмитрів В. І., к.е.н.
Зварич Р. Є., д.е.н., проф.
Карий В. В., аспірант
Коруц У. З., к.ю.н.
Кусмарцев В. І., аспірант

Легкий О. А., к.е.н.
Мороз В. В., аспірант
Мороз І. В., аспірант
Нагара М. Б., к.е.н., доц.
Продан І. О., к.е.н.
Сохацький О. Ю., викладач
Стахира Г. М., викладач
Федорович І. М., к.е.н.
Чайківська В. О., аспірант
Шевчук А. М., к.е.н.
Шупа Л. З., к.е.н.
Щирба І. М., к.е.н., доц.
Юркевич І. І., аспірант

Відповідальний за випуск: *Легкий О. А., к.е.н., голова Ради молодих вчених ТНЕУ.*

Збірник тез доповідей укладено за матеріалами XVII Міжнародної науково-практичної конференції молодих вчених «Економічний і соціальний розвиток України в XXI столітті: національна візія та виклики глобалізації», яка відбулася онлайн в Тернопільському національному економічному університеті.

За зміст наукових праць та достовірність наведених фактологічних і статистичних матеріалів відповідальність несуть автори.

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1 СВІТОВА ЕКОНОМІКА В ХХІ СТОЛІТТІ: ТРАНСФОРМАЦІЯ ГЕОПОЛІТИЧНИХ ІНТЕРЕСІВ, ГЕОЕКОНОМІЧНІ СТРАТЕГІЇ ТА ПРОБЛЕМИ НАДНАЦІОНАЛЬНОГО РЕГУЛЮВАННЯ.....	7
Антошків Т. ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ПОСЛУГ	8
Бова Г. СУЧАСНІ ФАКТОРИ ГЛОБАЛЬНИХ ТА УКРАЇНСЬКИХ ГЕНДЕРНИХ РОЗРИВІВ ЯК ЧИННИКА ЕКОНОМІЧНОГО ПРОЦВІТАННЯ	10
Дмитрів В. СТАБІЛЬНІСТЬ ТА ГНУЧКІСТЬ ЕКОНОМОМІКИ В УМОВАХ КРИЗИ.....	12
Зварич Р., Тиш Т. УПРАВЛІННЯ КРИЗОВИМИ СИТУАЦІЯМИ В УМОВАХ КОРОНАКРИЗИ	14
Книш Л. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ВПЛИВ ПОТОКІВ БІЖЕНЦІВ НА КРАЇНИ ЄС.....	16
Козьора А. СИРІЯ НА ПЕРЕХРЕСТІ ГЕОПОЛІТИЧНИХ ІНТЕРЕСІВ	18
Коруц У.З., Рівна А. І., ЩОДО ПИТАННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ ЗБРОЙНИХ КОНФЛІКТІВ	20
Zhang Lei, Nataliia Maslak. COMPARATIVE CHARACTERISTICS OF TRADE PROTECTION POLICY CHINESE AND AMERICAN AGRICULTURAL PRODUCTS	23
Lutsiv R. “SMART-CITY” PLATFORMS IN FIGHTING THE COVID-19 PANDEMIC	24
Мороз В. ЗЕМЕЛЬНА РЕФОРМА В УКРАЇНІ: РИЗИКИ LAND GRABBING І НАЦІОНАЛЬНА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ	28
Мороз І. ПЕРСПЕКТИВИ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНІМ ДЕРЖАВНИМ БОРГОМ УКРАЇНИ В ПЕРІОД КОРОНАКРИЗИ	30
Ситницька О. ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ГРОМАД В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....	32
Olena Slavkova, Taraniuk Leonid, Qiu Hongzhou. FEASIBILITY STUDY OF ESTABLISHING SOCIALIZED EMERGENCY LOGISTICS SYSTEM UNDER COVID-19 EPIDEMIC SITUATION	34
Сохацька О.М., Присяжнюк В. ОСОБЛИВОСТІ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В УКРАЇНУ	36
Стойко В. ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ	39
Шупа Л. ПОЧАТКОВИЙ ЕТАП УКРАЇНСЬКО-БРИТАНСЬКИХ ВІДНОСИН	40
СЕКЦІЯ 2 ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ	43
Білан О. РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ РЕЦИКЛІНГУ У РЕАЛІЗАЦІЇ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	44

Блажей І. ЗНАЧЕННЯ ЕСТЕТИЧНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ПРИ ПРОСУВАННІ ЕКО-ПРОДУКЦІЇ	46
Блажей І., Павлюк М. ВЕЛИКЕ ПІДПРИЄМСТВО – МАЛЕНЬКА ДЕРЖАВА	47
Борис Н., Сагайдак У. ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА ЯК ВАЖЛИВИЙ КОМПОНЕНТ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА	49
Борисяк О. ПРОЄКТНИЙ ПІДХІД ДО СТВОРЕННЯ ІНКЛЮЗИВНОГО СЕРЕДОВИЩА ДЛЯ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ ЕНЕРГОСЕРВІСНОЇ КОМПАНІЇ	52
Борисяк О., Недогін І. ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....	54
Вальчук Т., Брик М. АНТИКРИЗОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ.....	56
Гладка Х. ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ НА ЗАРУБІЖНИХ РИНКАХ.....	59
Грицевич В. ПРОСУВАННЯ БРЕНДУ ЗА ДОПОМОГОЮ ЗАСОБІВ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ	60
Коруц У., Кучмій А. ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ РЕЙДЕРСТВА ТА ЙОГО СУТНІСТЬ В УКРАЇНІ	62
Ладичук М. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В КАРПАТСЬКОМУ ЄВРОРЕГІОНІ.....	64
Легкий О. ОСНОВНІ АСПЕКТИ АВТОМАТИЗАЦІЇ Е-MAIL МАРКЕТИНГУ	67
Липовецька Х., Флейтута Х. МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	69
Нагара М. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ: ІННОВАЦІЙНІ ЗАСАДИ.....	71
Підгурська І., Волянчук О. РОЛЬ ЛОГІСТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРИ ВИХОДІ КОМПАНІЇ НА ЗАРУБІЖНІ РИНКИ	73
Піжицький В. СУБ'ЄКТИВНЕ УЯВЛЕННЯ СПІВРОБІТНИКІВ ПРО ВЛАДУ В ОРГАНІЗАЦІЇ	75
Пошелюжний В. ОРГАНІЗАЦІЯ, ЯКА САМОНАВЧАЄТЬСЯ, – ЯК НАСТУПНИЙ ЕВОЛЮЦІЙНИЙ ЕТАП РОЗВИТКУ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	77
Рогачевська Л. ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ТАЛАНТАМИ ЯК СКЛАДОВА УСПІХУ ОРГАНІЗАЦІЇ.....	79
Сарахман І. АУТСОРСИНГ: ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	81
Свінтух Р. ФОРМУВАННЯ І АНАЛІЗ СТРАТЕГІЇ ДІЯЛЬНОСТІ МІЖНАРОДНОЇ КОМПАНІЇ ЯК ЗАПОРУКА УСПІХУ ПРИ ФОРМУВАННІ ЕФЕКТИВНОЇ МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	83
Tysh T. LEADERSHIP AS FOUNDATION OF EFFECTIVE ENTERPRISE ADMINISTRATION	85

Song Feiqiong, Kseniia Blumska, Liang Rui. RESEARCH ON THE VALUE OF UNIVERSITY BRAND STRATEGY	86
Khvalyboha T., Petri N. THE IMPORTANCE OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT	87
Hasnein Alimohamed Aleeya THE FORMATION OF EFFECTIVE MANAGEMENT MODEL OF ENTERPRISES: A CASE STUDY OF SAMSUNG ELECTRONICS	89
СЕКЦІЯ 3 РОЛЬ ФІНАНСІВ В ЕКОНОМІЧНОМУ ЗРОСТАННІ: ФУНКЦІОНАЛЬНА ДЕТЕРМІНОВАНІСТЬ ТА МОДЕЛІ РОЗВИТКУ	91
Гузела І. ІНСТИТУЦІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ПОДАТКОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ СТРАХОВОГО РИНКУ	92
Дзюблюк О. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	94
Іванова А., Вацлавський О. ФІНАНСУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ: АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ	96
Gloire Mavinga Matondo. THE ROLE OF FINANCE IN ECONOMIC GROWTH: A FUNCTIONAL DETERMINATION AND MODELS OF DEVELOPMENT. CASE STUDY OF THE DEMOCRATIC REPUBLIC OF THE CONGO	98
Савонік Т. ВАЛЮТНИЙ РИНОК УКРАЇНИ: СТАН ТА ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ	100
Федорович І. НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ НЕБАНКІВСЬКИХ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ	102
Tsizhma O. SAVINGS IN BANKING INSTITUTIONS AS A FACTOR OF FORMATION OF LABOR POTENTIAL OF UKRAINE	104
Шаповалов Є. ПРАКТИЧНИ АСПЕКТИ ТА НЕДОЛІКИ АДМІНІСТРУВАННЯ ПОДАТКУ НА НЕРУХОМЕ МАЙНО, ВІДМІННЕ ВІД ЗЕМЕЛЬНОЇ ДІЛЯНКИ	106
Шевчук А. СИСТЕМА МОНІТОРИНГУ ПОДАТКОВОГО РИЗИКУ	109
СЕКЦІЯ 4 ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА ЯК СУЧАСНИЙ ВИКЛИК ЗМІНИ ЦІННОСТЕЙ ТА ОРІЄНТИРІВ	111
Бендюжко О. ОСОБЛИВОСТІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ	112
Бінчаровська Т. РОЛЬ ЦИФРОВОЇ ГРАМОТНОСТІ НАСЕЛЕННЯ В ПРОЦЕСАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ КРАЇНИ	114
Борисова Т., Крулевський А. ІНФОРМАЦІЯ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЕЛЕМЕНТ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ	116
Борисяк О., Окрепка Л. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВ	117
Василик А. МОБІЛЬНА ПРОГРАМНА СИСТЕМА ДЛЯ МІКРОНАВІГАЦІЇ У ПРИМІЩЕННЯХ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ ТЕХНОЛОГІЇ IBEACON	119
Didukh A., Commandeur S. HOW SOCIAL MEDIA AFFECT ECONOMY IN XIX CENTURY	121

Лібич І., Озарків Н. ОСНОВНІ ПЕРСПЕКТИВИ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ	122
Ткачук В. ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ ЯК РУШІЙНА СИЛА РОЗВИТКУ ПЛАТІЖНИХ СИСТЕМ В УМОВАХ НАСЛІДКІВ ПАНДЕМІЇ COVID-19	124
Чайківська В. ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ МІСЦЕВОЇ ПОЛІТИКИ НА ЗАСАДАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ ЯК ЧИННИК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ МІСЦЕВОЇ ВЛАДИ	126
СЕКЦІЯ 5 МІЖНАРОДНІ СТАНДАРТИ ТА ПРОБЛЕМИ УНІФІКАЦІЇ ОБЛІКУ, АНАЛІЗУ І АУДИТУ	129
Брик М. ОБЛІК ЕНЕРГОЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА ОЦІНКА ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ ГАЛУЗІ ТВАРИННИЦТВА	130
Джерелейко Ю. ПРОБЛЕМИ ОБЛІКОВОГО ВІДОБРАЖЕННЯ ДІЛОВОЇ РЕПУТАЦІЇ КОМПАНІЙ ВІДПОВІДНО ДО ВИМОГ МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ	132
Дмитрук Д. ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ ЗА ЕКСПОРТНИМИ ОПЕРАЦІЯМИ ВІДПОВІДНО ДО МІЖНАРОДНИХ ТА НАЦІОНАЛЬНИХ СТАНДАРТІВ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ	134
Рожельок В., Сланецька С. ОСОБЛИВОСТІ АУДИТУ В ЕЛЕКТРОННІЙ КОМЕРЦІЇ	136
Щирба М., Щирба І. КОНЦЕПЦІЯ РОЗВИТКУ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ В УКРАЇНІ	138
Ярощук О., Бондарук О. МІЖНАРОДНІ СТАНДАРТИ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ: ОСОБЛИВОСТІ ТА МЕТОДИ ПЕРЕХОДУ	140
СЕКЦІЯ 6 ІННОВАЦІЇ ЮРИДИЧНОЇ ТА СОЦІАЛЬНОЇ НАУК В ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ	143
Бейгер В. ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА КІБЕРЗЛОЧИННІСТЬ В УКРАЇНІ ...	144
Винник І. КОРУПЦІЯ З ПЕРСПЕКТИВИ ХРИСТИЯНСЬКИХ СОЦІАЛЬНИХ ПРИНЦИПІВ	145
Карий В. РОБОТА СИСТЕМИ БЕЗОПЛАТНОЇ ПРАВОВОЇ ДОПОМОГИ У 2019 РОЦІ: ДОСЯГНЕННЯ, ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	149
Ногас Н. СИСТЕМА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИЩИМИ НАВЧАЛЬНИМИ ЗАКЛАДАМИ ЯКОСТІ ОСВІТНЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ.....	151
Юркевич І. ПРАВОВІ ЗАСАДИ РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ЮРИДИЧНИХ КЛІНІК	153
Li Wei. UNIVERSITY SOCIAL SERVICE FUNCTIONS AND TEACHERS' SOCIAL SERVICE COMPETENCE	156

СЕКЦІЯ 1

***СВІТОВА ЕКОНОМІКА В ХХІ СТОЛІТТІ: ТРАНСФОРМАЦІЯ
ГЕОПОЛІТИЧНИХ ІНТЕРЕСІВ, ГЕОЕКОНОМІЧНІ
СТРАТЕГІЇ ТА ПРОБЛЕМИ НАДНАЦІОНАЛЬНОГО
РЕГУЛЮВАННЯ***

Антошків Т. А.,
студент ННІОТ, Тернопільський
національний економічний університет

ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ПОСЛУГ

Сфері послуг відводять важливе місце у сучасному світовому господарстві. Підтвердженням цьому є її стрімке зростання впродовж ХХ ст., що відображається як у кількості зайнятої у ній робочої сили, так і у частці валового продукту, виробленого сферою послуг. Показники обсягів торгівлі послугами і прямих іноземних інвестицій у цей сектор за останні десять років збільшувалися швидше, ніж показник інвестиції торгівлі товарами.

Ринок послуг – це розгалужена система вузькоспеціалізованих ринків, зокрема ринку транспортних послуг, комунікацій, комунального обслуговування, громадського харчування, туристично-рекреаційних послуг, готельного бізнесу, рекламних і консалтингових, страхових і фінансових, агентських і брокерських, адвокатських і ріелтерських послуг, франчайзиніу, торгівлі ліцензіями і патентами, «ноу-хау», промисловими зразками та корисними моделями, інжинірингу, лізингових послуг тощо.

Світовий ринок послуг функціонує як самостійне утворення, що має власне наповнення, особливості та закономірності розвитку.

Найголовніші особливості світового ринку послуг такі:

- системність розвитку, яка означає, що ринок послуг розглядають як цілісну систему з багатьма складовими, пов'язаними між собою;
- чутливість ринкових змін, причиною якої є постійні коливання в попиті та пропозиції на ринку;
- висока швидкість обороту капіталу, пов'язана з коротким виробничим циклом;
- постійне зростання асортименту послуг [2, с. 180].

Останні тенденції функціонування світового ринку послуг свідчать загалом про зростання його обсягів, які становлять на 2016 році 4,8 трлн дол. США порівняно з 2,9 трлн дол. США у 2006 році. Світовий ринок послуг відображає взаємодію попиту і пропозиції і характеризується такими особливостями, як системність розвитку і висока чутливість до кон'юнктури. Його галузева структура включає світові ринки фінансових, транспортних, туристичних, комерційних, інформаційних та освітніх послуг [3, с. 87].

Диверсифікація сфери послуг відбувається у декількох напрямках.

По-перше, це виникнення абсолютно нових видів послуг, таких, як комп'ютерні, інформаційні мережі, електронна торгівля, логістика (або управління товарними потоками), глобальні транспортні системи, що використовують багато інших видів транспорту, об'єднаних у безперервні транспортні ланцюжки тощо.

По-друге, це активне відокремлення і виділення в самостійні галузі цілого ряду видів послуг, які раніше носили внутрішньофірмовий допоміжний характер. Це стосується реклами, маркетингових, бухгалтерських, юридичних та багатьох інших видів послуг, які стали самостійними сферами бізнесу.

По-третє, помітним явищем стало утворення великих інтегрованих компаній, які поставляють споживачеві «пакет» послуг, що дає можливість використати одного постачальника, не обтяжуючи себе веденням справ з постачальниками інших конкретних допоміжних послуг. За таким принципом діють великі транспортні компанії, що беруть на себе всі пов'язані з транспортним ланцюжком послуги й забезпечують доставку вантажу «від дверей до дверей» і «точно в призначений час». У свою чергу, ми можемо додати, що типовим прикладом інтегрованих компаній у сфері послуг стають сучасні транснаціональні туроператори, які формують комплексні пакети туристичних послуг з окремими складовими (транспортування, проживання, харчування, екскурсійне обслуговування тощо) і продають клієнтам на ринку уже готовий комплексний продукт.

На основі здійснених досліджень передумов та закономірностей розвитку світового ринку послуг можливо ідентифікувати комплекс факторів, що спричиняють визначальний вплив на розвиток світової сфери послуг (табл. 1).

Таблиця 1

Визначальні фактори розвитку міжнародного ринку послуг

Фактори	Характер впливу на ринок послуг
1. Науково-технічна революція, поява нових сфер діяльності	на основі інформаційних технологій, нових засобів комунікації виник і розвивається спектр нових послуг, радикально оновлюються їхні традиційні види, підвищуються якісні показники обслуговування
2. Структурно-технологічна перебудова матеріального виробництва	виросли потреби промислових компаній у високоякісних ділових послугах, пов'язаних з різноманітними й складними проблемами їхньої реструктуризації й розвитку – технічними, збутовими, управлінськими тощо.
3. Лібералізація зовнішньоекономічних операцій	поступово усуваються бар'єри на шляху виходу на світовий ринок провідних корпорацій у сфері фінансових, транспортних та туристичних послуг
4. Поступова гуманізація життя, підвищення ролі та значення людського чинника	активно розвивається світовий ринок туристичних послуг, оскільки у людей виникають додаткові потреби у враженнях, відпочинку, лікуванні тощо
5. Розвиток комп'ютерних технологій та засобів зв'язку	усунення перешкод та бар'єрів на шляху розвитку консалтингових послуг, створення додаткових можливостей для розвитку туристичних послуг, комунікаційних послуг
6. Розвиток економіки «матеріального» виробництва	динамічний розвиток у сфері матеріального виробництва ініціює вторинний попит у сфері послуг – передусім це стосується транспортних послуг та інжинірингових послуг

Примітка. Сформовано автором на основі [1]

Отже, в умовах трансформації світового господарства кінця XX і початку XXI ст. формування глобального інформаційного ринку та переходу розви-

нених країн до постіндустріальної моделі розвитку міжнародний ринок послуг виступає каталізатором стрімкого піднесення світової економіки. Торгівля послугами є складовою частиною і рушійною силою розвитку інших галузей господарства та одним з вирішальних чинників зростання країн, що розвиваються, країн з перехідною економікою і найменш розвинених країн.

Література

1. Антонюк К. В. *Визначальні фактори розвитку сучасної міжнародної торгівлі послугами. Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. Випуск 6. С. 46–51.*
2. Єлісеєва О. *Поняття і види міжнародної торгівлі послугами [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.jurnaluljuridic.in.ua/archive/2017/4/41.pdf>.*
3. Рибчук А. В., Заблоцька Р. О. *Тенденції та проблеми функціонування світового ринку комерційних послуг. Науковий вісник НЛТУ України, 2018, т. 28, № 9. – С. 86–89.*

УДК 338.1

Бова Г. А.,
студентка, Тернопільський національний
економічний університет

СУЧАСНІ ФАКТОРИ ГЛОБАЛЬНИХ ТА УКРАЇНСЬКИХ ГЕНДЕРНИХ РОЗРИВІВ ЯК ЧИННИКА ЕКОНОМІЧНОГО ПРОЦВІТАННЯ

За останнє двадцятиліття у світі досягнуто значного прогресу у просуванні принципу гендерної рівності. Все ж попри величезні зусилля міжнародної спільноти, для жінок, як і раніше, існують реальні бар'єри в багатьох сферах, а особливо на ринку праці. Тому подолання гендерних розривів – сьогодні виступає одним з надважливих завдань, що стоять перед практично всіма сферами соціального та економічного життя.

Ці гендерні розриви зберігаються незважаючи на бажання більшості жінок в світі мати оплачувану роботу, вести рівне соціальне та політичне життя і це підтверджує, що вибір жінки обмежений безліччю факторів. Дослідивши та проаналізувавши сучасну глобальну ситуацію, вдалося визначити ряд ключових факторів, що впливають на гендерні розриви у світі.

1. У країнах з ринком, що тільки формується, в розвинених країнах, а також в арабських країнах і країнах Північної Африки (країни ASNA) наявність чоловіка або партнера знижує для жінки її конкурентоспроможність на ринку праці. В країнах, що розвиваються в свою чергу спостерігається зворотний ефект, тобто шлюб або наявність партнера позитивно впливають на участь жінки на ринку праці. Ця тенденція вказує на економічну доцільність для жителів країн, що розвиваються працювати незалежно від наявності або відсутності партнера [2].

2. Жінки, що живуть на межі бідності, з більшою ймовірністю можуть досягти чогось на ринку праці, незважаючи на несприятливі гендерні умови. У країнах, що розвиваються ймовірність участі жінок на ринку праці зростає на 7,8 відсотка, в країнах з ринком, що формується – на 6,4 відсотка, в країнах ASNA – двох регіонах з найбільшим розривом в рівні участі жінок і чоловіків на ринку праці, ця ймовірність ще більше – 12,9 відсотка [1].

3. У багатьох країнах світу відсутні доступні послуги по догляду за дітьми та членами родини, що негативно позначається на участі жінок на ринку праці. При цьому наявність дітей має незначний, хоча і обмежує вплив на можливість жінки конкурувати на ринку праці, а в країнах, що розвиваються навіть дещо стимулює його.

4. Обмежений доступ жінок до безпечного транспорту – також дуже велика проблема для бажаючих працювати жінок в країнах, що розвиваються, що значно знижує можливість повноцінної участі на ринку праці.

5. Релігія – це складна система цінностей, яка торкається і гендерного питання. У країнах, що розвиваються релігія істотно знижує ймовірність участі жінки на ринку праці, що в свою чергу свідчить про більш суворе дотримання гендерних ролей в суспільстві. У країнах, що розвиваються і в країнах з ринком, що формується результати неоднорідні і здебільшого залежать від гендерної політики.

6. Відсутність комплексного підходу до подолання різноманітних викликів, що допоможе жінкам змогти усвідомити і повною мірою реалізувати свій економічний потенціал.

Якщо говорити про гендерну рівність в Україні, то в останній період часу це питання також стало темою для переосмислення, для широкого обговорення.

Основними дискримінаційними проблемами та факторами гендерних розривів, з якими стикаються українські жінки є:

- розриви в оплаті праці (жінки в Україні в середньому отримують на 25% меншу заробітну плату, чим чоловіки);
- нерівномірний розподіл домашніх обов'язків (жінки витрачають в середньому 29 годин в тиждень на домашню роботу, чоловіки – близько 15 годин);
- наявність у нашому суспільстві фінансової залежності жінок від чоловіків, в свою чергу чоловіки часто не мають практичного досвіду в побутовому плані;
- наявність великої кількості стереотипів, через що дітей виховують в основному жінки;
- гендерне перенасичення і низький відсоток жінок в політиці.

Все ж, можна із впевненістю стверджувати, що жіночий управлінський потенціал в Україні значно недооцінений через підсвідомість гендерної упередженості. Диверсифікація статей на високих посадах у політиці та економіці може принести економічний успіх Україні та імідж сучасного інклюзивного суспільства, де кожен може процвітати.

Як свідчить досвід гендерної політики ЄС, важливо мати фахово інституціоналізовану гендерну політику, що повинна супроводжуватися відповідними механізмами її реалізації. В Україні формально деякі аспекти гендерної політики присутні, але бракує практичних механізмів реалізації, а також політичної волі на привернення уваги до питань гендерної рівності[3].

Отже, ситуація що склалася на сьогодні в Україні та світі має тенденції до зміни, але проявляється це повільно. У багатьох країнах гендерна рівність широко втілюється в життя, тому гендерні стереотипи вже почали змінюватися. Ця обставина дає очевидну надію на те, що соціальні позиції чоловіків і жінок в результаті зрівняються.

Література

1. *The Global Gender Gap Report 2020*. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2020.pdf.
2. *World Employment and Social Outlook: Trends for women 2017* International Labour Office. Geneva: ILO, 2017.
3. *Гендерна рівність і розвиток: погляд у контексті європейської стратегії України*. Київ: в. Заповіт. 2016. 244 с.

УДК 336.02

Дмитрів В. І.

к.е.н., доцент кафедри податків та фіскальної політики

Тернопільський національний економічний університет

СТАБІЛЬНІСТЬ ТА ГНУЧКІСТЬ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ КРИЗИ

Всесвітня пандемія та карантинні обмеження в Україні та світі відчутно вплинуть на українську економіку. Частково або й повністю припинили роботу тисячі підприємств, знизилися обсяги реалізації та прибутки. Найбільше постраждав малий, середній і мікробізнес, понад 2 млн. людей залишилися без роботи, зарплати й доходів. Суттєво зменшилися надходження до державних соціальних фондів, бюджетів держави й місцевих громад, зменшилися експортно-імпорتنі операції, зростає дефіцит бюджету країни. Тому у другому кварталі 2020 року очікується економічне падіння не менше 20%, що свідчить про входження країни в глибоку економічну кризу.

Вітчизняний уряд ухвалив план поетапного виходу з карантину, реалізація якого повинна враховувати економічну ситуацію в країні. Однак економіка не відновиться сама собою, навіть якщо всі карантинні обмеження буде знято. За оцінками Світового банку та МВФ падіння світової економіки в 2020 році становитиме не менш ніж 3% (для порівняння, зниження в час

кризового 2008 року було меншим за 1%), а відновлення може затягнутися на 2–3 роки.

Провідні країни світу намагаються відновити власні економіки насамперед шляхом мобілізації великих фінансових ресурсів, запровадженням масштабних програм із підтримки виробників, податкових послаблень і заходів м'якої монетарної політики, що дає змогу кардинально збільшити пропозицію грошей через інструменти кредитування і прямого фінансування. Наприклад, держави Великої двадцятки спрямують на підтримку своїх економік понад \$5 трлн. Із них \$2,2 трлн. припадає на США: ідеться про субсидовані й пільгові кредити та гранти для підприємств на загальну суму близько \$0,9 трлн. прями виплати населенню (по \$1200 кожній дорослій людині, річні доходи якої менші за \$75 тис., і по \$500 на кожну дитину), що разом становить понад 10% ВВП Сполучених Штатів [1].

А також різноманітні пільгові програми кредитування бізнесу на ще більші суми. Рекордними очікуються також фіскальні програми, спрямовані на державну підтримку економіки в умовах сьогоденної кризи в найбільших європейських країнах: €0,5 трлн. і £0,5 трлн. для Німеччини й Великої Британії відповідно, що еквівалентно більш ніж 15% ВВП цих країн. До речі, понад 15% ВВП на підтримку економіки планують витратити такі країни, як Японія, Велика Британія та Німеччина. Українська держава має обмежені фінансові можливості для запровадження програми економічної підтримки бізнесу, громадян і місцевих громад, а також відсутність стратегії, багаторічна недосконала економічна політика, корупція, слабкі державні інститути, глибока технологічна відсталість, знекровлена війною економіка, войовнича некомпетентність відповідальних виконавців, імітація реформ.

Необхідно також передбачити й компенсацію ФОПам, і допомогу медицині та місцевим бюджетам, які багато втратили й тепер не мають грошей на найнеобхідніші соціальні видатки, і відтермінування сплати податків підприємцям, які зазнали найбільших втрат, і швидкі безвідсоткові кредити бізнесу для виплати зарплат та сплати комунальних платежів тощо.

Важливо також утримати макроекономічну стабільність в умовах кризи. Потрібно на прийнятних для країни умовах укласти угоду із МВФ і заручитися фінансовою підтримкою інших міжнародних партнерів (ЄС, США). А також знайти гроші для виплати до кінця року зовнішніх державних боргів на суму \$6,4 млрд. і ще \$2,1 млрд. для погашення ОВДП, номінованих у доларах і євро. Створити сприятливі умови і для українського бізнесу та для іноземних інвесторів (кардинально спростити і здешевити дозвільні процедури). Дотримуватися грамотної монетарної політики, яка з одного боку, стимулюватиме економіку, а з іншого – триматиме інфляцію і курс гривні в рамках макро-стабільності [2].

Стратегія виходу із кризи повинна бути спрямована на зростання багатства країни через збільшення прибутків бізнесу, грошових доходів громадян, зростання доходів держави й місцевих громад через збільшення доданої вартості економіки та зменшення її витратності. Якщо узагальнити, то показниками збільшення багатства є зростання ВВП і національного доходу, що розширює економічні й соціальні можливості суспільства та його громадян.

Таким чином, в Україні необхідно здійснювати протекціонізм галузей і конкретних виробництв. Насамперед ідеться про машинобудування (оборон-пром, авіація, космос, суднобудування, транспортне машинобудування, агро-машинобудування, автопром і компоненти). Проводити імпортозаміщення, стимулювання експорту, обмеження імпорту, який здійснюється за рахунок бюджетних коштів, тарифні й нетарифні обмеження, початок перемовин щодо покращення умов СОТ і ЗВТ тощо. Під час кризи ми знову забуваємо про ефективне адміністрування податків (потрібно дотримуватись принципів стабільності та гнучкості у трансфертному ціноутворенні, на митниці, у ДПС, призначити у ці структури керівників на довгостроковій основі).

Література:

1. Три завдання для уряду [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://tyzhden.ua/Politics/243391>.
2. Стартер для економіки [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://tyzhden.ua/Economics/243403>.

Зварич Р. Є.,

д. е. н., професор, професор кафедри
міжнародних економічних відносин,
Тернопільський національний економічний
університет

Тиш Т. В.,

студентка групи МІМ-41, Тернопільський
національний економічний університет

УПРАВЛІННЯ КРИЗОВИМИ СИТУАЦІЯМИ В УМОВАХ КОРОНАКРИЗИ

Нещодавній спалах COVID-19, також відомий як корона вірус, спричинив нову глобальну економічну кризу. Ніхто не знає, як довго триватиме пандемія та якими будуть наслідки. Для бізнес-лідерів COVID-19 став додатковим джерелом стресу. До карантину керівники компаній були зосереджені на підтримці інновацій, збільшенні прибутку та боротьбі за свою частку ринку. Сьогодні багатьом із них потрібно швидко приймати рішення щодо контролю за витратами та підтримкою ліквідності [1]. Найбільш непередбаченими перешкодами стали проблеми в ланцюгу поставок, дефіцит персоналу та операційні проблеми, які кардинально змінили їх обов'язки в межах керівної ролі.

Згідно з новим прогнозом Уряду (таблиця 1), номінальний ВВП України цього року становитиме 3 985,5 трлн грн (–4,8%), а рівень інфляції може вирости до 11,6% (попередній прогноз –5,5%). Попередня корекція інфляції

була 8,7%, падіння ВВП –3,9%. Безробіття до кінця року може зрости в Україні до 9,4% (попередній прогноз 8,1%). Крім того, поточна корекція прогнозу прибутку підприємств – 749,3 млрд грн (–20,1%). Одним з найбільших викликів коронакризи для українського ринку праці є закриття кордонів із країнами ЄС та повернення українських заробітчан. Ця ситуація посилює всі негативні фактори щодо безробіття на внутрішньому ринку, оскільки конкуренція зростає, що призводить до подальшого зниження заробітної плати.

Таблиця 1

Макроекономічний прогноз для України на 2020 р.

	Поточний	Різниця корекції
<i>ВВП</i>	–4,8%	–8,5%
<i>Курс гривні</i>	29,5 грн	+2,5%
<i>Рівень безробіття</i>	9,4%	+1,3%
<i>Рівень інфляції</i>	11,6%	+6,1%
<i>Прибуток підприємств</i>	749,3 млрд грн	–20,1%

Джерело: складено за даними [2; 3]

Серед українських сфер економічної діяльності, що найбільше постраждали від коронакризи: авіасполучення, туризм, заклади громадського харчування, аграрний сектор, ІТ сектор, а також металургія. Так, одними з перших у світі відчули вплив коронакризи авіакомпанії. За підрахунками SARA Aviation Canter, пандемія корона вірусу може призвести до банкрутства більшості авіакомпаній у світі до кінця червня. Для українських авіаперевізників цей варіант також ймовірний, адже МАУ, яка за день до закриття кордонів в декілька разів збільшувала ціни на квитки, вже підрахувала збитки, що становитимуть близько 35% очікуваних доходів компанії за перший квартал 2020 р. Український туристичний сектор є другим за розміром збитків: готелі – 3 млрд доларів, ресторани – майже 1 млрд доларів, транспорт – 5 млрд доларів. Приблизно 80% закладів сфери туризму – це малий бізнес, який може збанкрутувати до завершення карантину. Продажі підприємств громадського харчування в Україні з 12 по 15 березня 2020 р. зменшилися в середньому на 26% порівняно з попереднім тижнем. Багато ресторанів, які офіційно припинили свою діяльність, змогли переорієнтуватися на доставку [2].

На сьогодні важко оцінити вплив коронакризи на сільське господарство. Ситуація змінюється досить динамічно, проте експорт сільського господарства становить значну частину всього українського експорту – понад 20 млрд доларів щорічно, і тому падіння на 10%, 15% або 20% може становити до -4 млрд доларів з державного бюджету [2]. Металургія – ще одна галузь, яка сильно постраждає від кризи, оскільки ціни на металургійну продукцію співвідносяться з цінами на нафту, а основними ринками української металургійної продукції є країни, що її виробляють. Незважаючи на падіння цін на нафту, наразі найбільшою для металургійної галузі є логістична проблема. Карантин та економічна криза ускладнили роботу всіх галузей, не обійшли й ІТ-ринок.

Згідно зі статистикою, 53% компаній вже зазнали часткової втрати клієнтів, проти 34,4% компаній, яким вдалося зберегти клієнтів [2].

Вибір правильної стратегії управління кризовими ситуаціями та її своєчасна реалізація можуть вивести організацію з кризи та забезпечити її майбутнє функціонування і процвітання. Кожна криза приносить нові виклики та можливості [3]. В умовах сучасної глобальної економічної кризи, спричиненої спалахом пандемії COVID-19, її найбільш характерною рисою є невизначеність терміну тривання та масштабу наслідків. Ця криза спричинена досі невідомим вірусом і загрожує не тільки світовій економіці, а й життю людей. Відповідно, антикризові заходи щодо її подолання та негативного впливу повинні містити як нововведення так і перевірені методи. На жаль, економіка України не в змозі повноцінно підтримати вітчизняний бізнес, тому питання ефективного управління кризовими ситуаціями є нагальним та особливо для мікро-, малого та середнього підприємництва. Якщо підприємству вдасться подолати дану кризу, то воно зможе адаптуватися до нової реальності та наступних викликів.

Література

1. Brace R. *Treasury & Cash Management: Corporate Cash Management in a Time of Crisis*, 2012. URL: <https://www.gfmag.com> / (дата звернення 02.05.2020).
2. Економічна Правда. *Хроніки Бізнесу в Україні, 2005–2020*, Київ. URL: <https://www.epravda.com.ua> / (дата звернення 14.05.2020).
3. Young K., Seijts G. *Why Fighting COVID-19 Requires Character*, Ivey Business Journal, Western University, Canada, 2020. URL: <https://iveybusinessjournal.com> / (дата звернення 10.05.2020).

УДК 314.742

Книш Л. А.,
студентка групи МEB-41,
Тернопільський національний економічний
університет

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ВПЛИВ ПОТОКІВ БІЖЕНЦІВ НА КРАЇНИ ЄС

Міграційна криза, або криза біженців є актуальною і доволі гострою проблемою сьогодення в ЄС, оскільки зумовлена безпрецедентним за своїми масштабами і динамікою напливом біженців з країн Близького Сходу й Африки. Усього протягом 2015–2018 років Євросоюз прийняв понад 4 млн біженців. Основними реципієнтами є Німеччина, Франція та Греція. Зі 162 тис. офіційно поданих заявників на одержання статусу біженців, зареєстрованих у 2018 році, на Німеччину припадало 28% усіх заявників, які вперше потрапили на територію ЄС. За нею слідує Франція, Греція, Іспанія, Італія та Великобританія [1].

Для ґрунтового аналізу міграційної кризи в Європейському здійснено оцінювання соціально-економічного впливу потоків біженців на країни-учасниці ЄС. Такі індикатори, як ВВП країни, розмір мінімальної заробітної плати, річне фінансування біженців Євросоюзом та рівень безробіття в країні характеризують економічний і соціальний стан кожної держави. Оскільки 2015 рік ознаменувався напливом максимальної кількості біженців у Європу, тому для проведення адекватного аналізу обрані дані за цей рік, та 28 країн-учасниць ЄС у якості спостереження.

За допомогою багатфакторного регресійного аналізу, або множинної регресії, як кількісного методу обчислення, що відображає кореляційний зв'язок результативної (залежної) змінної (фактори) і пояснюючої (незалежної) змінної (кількість біженців) було виявлено вплив потоків біженців на зміни, що мають місце в економіці країн Євросоюзу.

Побудова кореляційної матриці показала, що найбільшого значення коефіцієнт кореляції набуває при залежності обсягів фінансування державами-учасницями ЄС ($R=0,992802$) та ВВП ($R=0,637881$) від кількості біженців. Отже, спостерігається пряма кореляція (додатне значення), яка означає, що зростання розміру ВВП країни, куди прямують біженці, та обсягу їх фінансування у відповідній країні прямо пропорційні зростанню кількості самих біженців.

Для оцінки надійності отриманих результатів необхідно, щоб для незалежних змінних виконувалась умова: $p < 0,05$. Для фактору фінансування $p=0,000000$, тоді як для фактору ВВП $p=0,000261$ ($p < 0,05$), що підтверджує надійність отриманих результатів щодо цих двох факторів (Табл. 1.).

Хоча кількість біженців має значний вплив на ці два індикатори, але значимішим є обсяг фінансування біженців приймаючими країнами, про що свідчить коефіцієнт детермінації ($R^2=0,98565487$). Різниця між одиницею і значенням коефіцієнту детермінації називається залишками, до яких належать якісь інші незначні чинники, крім кількості біженців, що впливають на обсяги фінансування (наприклад, внутрішня політика країни).

Таблиця 1

Результати багатфакторного регресійного аналізу

Regression Summary for Dependent Variable: EU financing (in billions of \$) (Spreadsheet2) R= ,99280152 R²= ,98565487 Adjusted R²= ,98510313 F(1,26)=1786,5 p<0,0000 Std.Error of estimate: ,29549						
N=28	b*	Std.Err. of b*	b	Std.Err. of b	t(26)	p-value
Intercept			0,012051	0,062408	0,19311	0,848375
ASYLUM APPLICATIONS in 2015	0,992802	0,023489	0,000025	0,000001	42,26655	0,000000
Regression Summary for Dependent Variable: GDP (in billions of \$), 2015 (Spreadsheet2) R= ,63788098 R²= ,40689214 Adjusted R²= ,38408030 F(1,26)=17,837 p<,00026 Std.Error of estimate: 720,41						
N=28	b*	Std.Err. of b*	b	Std.Err. of b	t(26)	p-value
Intercept			300,6395	152,1531	1,975901	0,058868
ASYLUM APPLICATIONS in 2015	0,637881	0,151036	0,0061	0,0014	4,223373	0,000261

Джерело: розроблено автором.

Оцінюючи інші два показники – мінімальну заробітну плату і рівень безробіття, нами було виявлено незначну кореляцію, причому у випадку безробіття вона обернена. Це означає, що зниження рівня безробіття в тій чи іншій країні ЄС частково пов'язане зі зростанням кількості біженців, що прибувають. Отже, ми можемо зробити висновок, що зі збільшенням кількості біженців зростали не лише обсяги їх фінансування, а й ВВП країн Євросоюзу і частково знизився рівень безробіття.

Тому не доцільно вважати, що біженці мають виключно негативний вплив на приймаючі економіки. Дійсно, країни витрачають чималі кошти на їх прийняття й утримання, однак біженці не завжди слугують «тягарем» для цих економік. Використовуючи свої знання, навички і вміння на новому місці, біженці пожвавлюють ринок праці і стимулюють зростання ВВП. Це підтверджує приклад Німеччини, де майже 35% біженців, які прибули у 2015 році, отримали роботу до жовтня 2018 року. Звісно, наразі позитивний ефект є малопомітним, але він зростатиме упродовж 7 років [2].

Отже, зі збільшенням кількості біженців у 2015 році зростали не лише обсяги їх фінансування, а й ВВП країн Євросоюзу, а також частково знизився рівень безробіття. Такми чином, стереотип про біженців як «тягар» для економік країн ЄС поступово зникатиме, а позитивний ефект лише зростатиме.

Література

1. *Asylum statistics Eurostat Statistics Explained.* URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Asylum_statistics.
2. *Siomhan Dowling Germany welcomed refugees. Now it's reaping the economic benefits.* 20.06.2019. URL: <https://www.aljazeera.com/ajimpact/germany-welcomed-refugees-reaping-economic-benefits-190617194147334.html>.

УДК 327.5

Козьора А. В.,

студентка, Тернопільський національний
економічний університет

СИРІЯ НА ПЕРЕХРЕСТІ ГЕОПОЛІТИЧНИХ ІНТЕРЕСІВ

Близький Схід завжди був центром привабливості для великих держав через своє геостратегічне значення та величезні енергетичні ресурси. Проте, через присутність у ньому багатьох етнічних і релігійних національностей, а також ряду інших причин, Близький Схід став надзвичайно конфліктним регіоном. Зокрема, він зіткнувся з різними суперечностями та кризами, які не тільки змусили регіональні держави протистояти одне одному, але і спонукали позарегіональні країни втручатись у регулювання конфліктів [2, с. 121].

За останні роки півтора десятка арабських держав зазнали краху, а значна частина стикнулася з серйозними внутрішніми та регіональними наванта-

женнями в політичній, економічній, екологічній сферах, а особливо в сфері безпеки. Найяскравіше відображає важливу нову геополітичну динаміку на Близькому Сході, яка, ймовірно, може залишатись у регіоні на довгі роки війна в Сирії. Зокрема, слід зазначити чотири її основних геополітичних напрямки:

1. Пряме і тривале втручання одночасно регіональних та іноземних держав в арабські внутрішні справи, використовуючи для цього військові, політичні та економічні засоби. Це призвело до перестановки ролі таких держав у всьому регіоні, тобто виникнення дедалі більшого впливу Росії, розширення прямого турецького та іранського впливу в арабських справах, і погіршення втручання США в Сирію та Ірак на користь зосередження уваги на протистоянні Ірану.

2. Критична роль недержавних суб'єктів у формі поліції та воєнізованих груп, які представляють як внутрішні, так і іноземні інтереси. У деяких випадках лінії між вітчизняними та іноземними групами були розмитими, наприклад, багато іноземних бійців, які приєдналися до Вільної сирійської армії, користувалися іноземною державною підтримкою.

3. Велика кількість іноземних бойових сил, які одночасно воювали на землі чи в повітрі, або робили це опосередковано, озброюючи, фінансуючи та тренуючи бойові сили в Сирії. З 2012 року можна нарахувати щонайменше двадцять різних штатів (наприклад, Хезболла, Вільна сирійська армія, Ісламська держава, Аль-Каїда, Ахрар-ель-Шам, Сили захисту людей, Сирійські демократичні сили), і їх кількість сягає кількох сотень, якщо взяти до уваги багато менших племінних, ісламістських та світських повстанських груп.

4. Жорстокі, часто жахливі способи боротьби більшості місцевих та іноземних акторів з обох сторін. Зокрема це використання хімічної зброї, етнічні чистки, цивільні масові вбивства, варварські тортури, облоги голоду та інші дії, які деякі міжнародні правозахисні організації назвали військовими злочинами. Тривала жорстокість боїв говорить про неприпустимо високу вартість втрат для ключових головних героїв, особливо сирійського уряду, Ірану та Хезболли, чий тристоронній союз виявив рішучість перемогти будь-якою ціною над силами, які прагнули їх послабити.

Отже, новий геополітичний вимір, який значною мірою визначив результат війни в Сирії, і який, ймовірно, впливатиме на регіон протягом багатьох років, – це утворення коаліцій серед акторів у Близькосхідному регіоні. Вони включають великі та середні регіональні сили, місцеві державні та недержавні суб'єкти та міжнародні угруповання. Основними регіональними державами є Туреччина, Іран, Ізраїль, Катар, Об'єднані Арабські Емірати, Саудівська Аравія та Хезболла. До місцевих акторів належать сирійська держава, різні бойові чи помірковані ісламістські сили, курдські угруповання, місцеві та транснаціональні воєнізовані угруповання, а також штати Йорданія та Ліван, дії яких дуже локалізовані, на відміну від регіонального впливу Хезболли. Міжнародними державами є переважно Росія, США, Великобританія та Франція [1, с. 3–4].

Таким чином, Сирія перетворилася на поле геополітичного протистояння великих держав, що намагаються закріпити зону свого впливу на близько-

східній периферії. На сьогоднішній день, війна в Сирії, очевидно, є майданчиком для протистояння Росії та США і навіть спроби Туреччини посилити свій вплив у регіоні є марними, адже вона, рано чи пізно, стикнеться з інтересами наддержав. Все вищевказане свідчить про те, що прогнозувати подальший розвиток ситуації вкрай складно, оскільки вона не залежить від безпосередніх чинників, а є побічним результатом наростаючого глобального протистояння, тому це питання є підґрунтям для подальших комплексних досліджень.

Література

1. Rami G. Khouri. *The implications of the Syrian war for new regional orders in the Middle East. Menara Working Papers*. 2018. No. 12. P. 1-18. URL: https://www.iai.it/sites/default/files/menara_wp_12.pdf.
2. Saman Zulfqar. *Competing Interests of Major Powers in the Middle East: The Case Study of Syria and Its Implications for Regional Stability. Perceptions*. 2018. P. 121-148. URL: <http://sam.gov.tr/wp-content/uploads/2018/08/121-147.pdf>.

УДК 355

Коруц У. З.,

к.ю.н., доцент, доцент

кафедри цивільного права та процесу,

Тернопільський національний економічний
університет

Рівна А. І.,

студентка І курсу магістратури

юридичного факультету,

Тернопільський національний економічний
університет

ЩОДО ПИТАННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ ЗБРОЙНИХ КОНФЛІКТІВ

На сьогоднішній день у світі налічується чотири десятки збройних конфліктів та війн. Сьогодення диктує тенденцію локальної війни, тобто військові дії між двома і більше державами, обмежені по політичним цілям інтересами беруть участь у військових діях держав, а по території – невеликим географічним регіоном, як правило, що знаходяться в межах однієї з протиборчих сторін.

У міжнародному праві вироблені норми, основне призначення яких полягає в обмеженні вибору методів і засобів ведення воєнних дій та заборону найбільш жорстоких і нелюдських з них в тому випадку, якщо не вдається запобігти виникненню збройного конфлікту між державами або всередині країни й вичерпані всі можливі засоби його запобігання.

Ці норми, які отримали назву «норми міжнародного гуманітарного права», об'єктивно сприяють гуманізації війни та обмеження масштабів і негативних наслідків збройних конфліктів.

Важливу роль у цій галузі міжнародного права відіграє кваліфікація збройного конфлікту, що визначає момент настання умов за яких починає працювати право збройних конфліктів та визначення заснованих норм міжнародного гуманітарного права відповідно до типу конфлікту.

Слід відзначити те, що у договірному міжнародному праві відсутнє визначення збройного конфлікту. Таку дефініцію можна знайти у практиці міжнародних кримінальних судів та трибуналів. Класичне визначення збройного конфлікту надане Міжнародним кримінальним трибуналом для колишньої Югославії у справі Душко Тадіча, що звучить наступним чином: міжнародний збройний конфлікт існує, коли має місце будь-яке застосування збройної сили між державами, а неміжнародний збройний конфлікт – коли має місце тривале застосування збройної сили між державою і організованою збройною групою або між організованими збройними групами [1].

Із цього визначення ми можемо зробити висновок, що існує два типи збройних конфліктів: міжнародний та не міжнародний збройний конфлікт. Можлива ситуація одночасного існування двох збройних конфліктів – міжнародного та неміжнародного. Тоді може йти мова про змішаний конфлікт, який не є самостійним видом конфлікту, а характеризує паралельне існування двох видів конфліктів, до кожного з яких застосовуються відповідні положення міжнародного гуманітарного права. У ситуації змішаного конфлікту слід враховувати динаміку розвитку збройного конфлікту: його розвиток, наприклад, від неміжнародного до змішаного та перетворення в міжнародний у визначені періоди часу.

Як, зазначалося вище визначення типу збройного конфлікту є фундаментальним для з'ясування заснованих норм міжнародного гуманітарного права відповідно до типу конфлікту. Адже до міжнародного збройного конфлікту застосовується увесь масив міжнародного гуманітарного права, а до неміжнародних збройних конфліктів застосовуються лише два джерела договірному міжнародного гуманітарного права: стаття 3, спільна для всіх чотирьох Женевських конвенцій про захист жертв війни від 12 серпня 1949 р. та Додатковий протокол до Женевських конвенцій від 12 серпня 1949 р., що стосується захисту жертв збройних конфліктів неміжнародного характеру від 8 червня 1977 р. (ДП II), а також звичаєві норми міжнародного гуманітарного права [2].

Оцінюючи події, що відбуваються на Сході України можна діти висновку, що за даної ситуації відбувається змішаний збройний конфлікт, адже надзвичайно важливе значення в даному випадку мають суб'єкти збройного протистояння на яких поширюються різні зобов'язання за міжнародним гуманітарним правом. Якщо брати до уваги діяльність збройних груп «ДНР» та «ЛНР» то в даному випадку конфлікт буде неміжнародним (внутрішнім) і обов'язки сторін в даному випадку визначаються спільною статтею 3 Женевських конвенцій та Додатковим протоколом II до них 1977 р та деякими положеннями Гаазької конвенції про захист культурних цінностей 1954 р. та деякі норми стосовно обмеження застосування або заборони конкретних видів

звичайної зброї. Що ж стосується ситуації де сторонами конфлікту є Російська Федерація та Україна то тут неминуча кваліфікація як міжнародний збройний конфлікт де Росія обстрілює нашу територію за допомогою своїх збройних сил та здійснює або ж «загальний», або ж «ефективний» контроль над антиукраїнськими збройними групами. На ці взаємодії поширюється право міжнародних збройних конфліктів [3].

Згідно, чергового опублікованого у 2019 році звіту про хід попереднього розслідування у справі «Ситуація в Україні» Офіс прокурора Міжнародного кримінального суду, як і раніше, вважає збройний конфлікт міжнародним україно-російським тільки з липня 2014 року. Але «продовжує розглядати заяви про те, що Російська Федерація здійснювала і здійснює загальний контроль над збройними групами на сході України, щоб встановити, чи можна розглядати збройний конфлікт між Збройними силами України і антиурядовими збройними групами, який в інших випадках вважався б не міжнародного як по суті міжнародний конфлікт» з квітня 2014 року. Оскільки кваліфікація ситуації на Донбасі ще не є остаточною, Офіс Прокурора Міжнародного кримінального суду щодо ситуації на Донбасі розглядає положення Римського статуту, які застосовуються як до міжнародного збройного конфлікту, так і до не міжнародного збройного конфлікту [4].

Отже, класифікація збройного конфлікту відіграє фундаментальну роль, щодо з'ясування заснованих норм міжнародного гуманітарного права відповідно до типу конфлікту. Адже до міжнародного збройного конфлікту застосовується увесь масив міжнародного гуманітарного права, а до неміжнародних збройних конфліктів застосовуються лише два джерела договірного міжнародного гуманітарного права: стаття 3, спільна для всіх чотирьох Женевських конвенцій про захист жертв війни від 12 серпня 1949 р. та Додатковий протокол до Женевських конвенцій від 12 серпня 1949 р. [5]. Ситуація визначення збройного конфлікту на Сході України є досить неоднозначна Офіс Прокурора Міжнародного кримінального суду продовжує аналізувати чи здійснювала/здійснює Російська Федерація загальний контроль над антиурядовими організованими збройними групами на Донбасі з метою з'ясувати, чи існує на Донбасі один єдиний міжнародний збройний конфлікт.

Література

1. Гнатовський М. М., Кориневич А. О., Лисенко О. М. «Війна і права людини» Дослідження Української Гельсінської спілки з прав людини. 2015. С. 42. URL: <https://helsinki.org.ua/files/docs/1439184931.pdf>.
2. Гнатовський М. М. Кваліфікація міжнародних збройних конфліктів у практиці міжнародних судових установ. Актуальні проблеми держави і права. 2012. (№ 65). С. 139–146. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apdp_2012_65_18.
3. The Law of Armed Conflict: Basic Knowledge. ICRC Official Web-Site URL: https://www.icrc.org/eng/assets/files/other/law1_final.pdf.
4. Report on Preliminary Examination Activities 2019. URL: https://www.icc-cpi.int/itemsDocuments/191205-rep-otpPE.pdf?fbclid=IwAR3PtuSeYkEP_xgd0TEhYD4PZeyu9OfhEr3Notuq3I7h5wmcXOjcl5PvXhY.
5. Довбенко М. Міжнародно-правова кваліфікація дій Російської Федерації на сході України як акту агресії. URL: <http://iac.org.ua>.

Zhang Lei,

Ph.D student of the Department of Management

Nataliia Maslak,

Associate Professor of the Department of
Finance, Banking and Insurance,
Sumy National Agrarian University

COMPARATIVE CHARACTERISTICS OF TRADE PROTECTION POLICY CHINESE AND AMERICAN AGRICULTURAL PRODUCTS

Agricultural trade protection policy refers to: in the operation of the national economy, the government in order to ensure that agricultural products play their basic role, so that the development of agricultural products and other industries coordinated with each other, so as to facilitate the smooth operation and development of the whole national economy. The protection policy of agricultural products trade between China and the United States is a problem that needs to be solved in China-US trade. Comparing the agricultural trade policies between China and the United States is beneficial to enrich the agricultural trade protection theory of our country, especially in China, which is famous for its farming civilization; the trade protection theory began from mercantilism. Communications The comparative method to analyze the agricultural trade policy of the two countries is helpful for our country to absorb the advantages of the United States to make up for its shortcomings. In the process of the transformation of our agricultural products from traditional to modern, we should fully absorb the advantages of other countries, take its essence, and make our agricultural products develop better.

In 2017, the United States is the largest source of agricultural imports in China, the third largest destination for China's exports, and an important agricultural trade partner of our country. From January to December 2017, the total value of agricultural products exported by our country to the United States was 50802043 yuan, and the United States ranked third among the 214 export destinations of agricultural products in and the total amount of agricultural products exported to the United States accounted for 10.23% of the total agricultural products exports. China imports 84499104 yuan of agricultural products from the United States, the United States ranks first among the 179 import sources of our country, and the import amount of agricultural products imported from the United States accounts for the total import amount of agricultural products 19% (Table 1).

Table 1 – Import and Export of China to U.S. Agricultural Products, CNY

Year	2014 y.	2015 y.	2016 y.	2017 y.	Deviation 2017y. from 2014y., +,-
Import	74657928	71944724	73072218	84499104	9841176
Export	43822328	43607932	47896536	50802043	6979715

China's agricultural trade deficit with the United States in 2017 was 33697061 yuan, accounting for 32.56 percent of the total agricultural trade deficit in 2017.

According to figure 1, China's agricultural imports to the United States overall showed an upward trend, although slightly decreased in 2014–2016, but gradually rebounded in 2017. In terms of exports, there was an upward trend from 2014–2017.

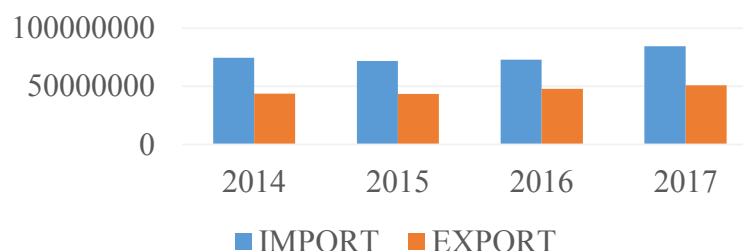


Fig. 1 – Trends in agricultural trade in the United States, CNY

The Enlightenment of American Agricultural Trade Policy to China:

1. Establish and improve the quality and safety management system of agricultural products.
2. Increase agricultural subsidies and establish a scientific agricultural subsidy system.
3. Actively Countering Anti-dumping Strategies.
4. Further improvement of agricultural insurance policy and improvement of agricultural legislation.

References

1. *A Theoretical, Method and Empirical Study on China's Agricultural International Competitiveness*: Beijing: Renmin University Press, 2015.
2. *Reflections on the Development of Modern Agriculture with Chinese Characteristics* by Chen Yaobang (Social Sciences Edition), 2010.
3. *China's Agricultural Development under Open Conditions*: China Social Sciences Press, 2014.
4. Hong Yinxing's Defect Economic Research on Comparative Benefit Theory of International Trade, 1997(6), pp. 20–26.
5. *An Analysis of China's Export Competitive Advantage in the New International Environment* (Journal of Huazhong Agricultural University, Social Sciences Edition), 2011.
6. Maslak N., Lei Z., Xu L. Analysis of agricultural trade in China based on the theory of factor endowment / *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. Vol. 6, No. 1. pp. 50–61.

UDC 339:338:711

Lutsiv R.,

PhD student of the Department of International
Economic Relations
Ternopil National Economic University

«SMART-CITY» PLATFORMS IN FIGHTING THE COVID-19 PANDEMIC

More than half of the world's population lives in cities, and one in eight urbanites reside in one of the 33 «megacities» (with more than 10 million inhabitants). While urbanization poses challenges that threaten the quality of life, it

is also our main hope for addressing those challenges. In densely populated cities, tests are available to assess the effectiveness of the solutions. Never before have cities been subjected to the COVID-19 pandemic, which began at the end of 2019 and spread in early 2020 with unprecedented speed and brutality. Obviously, it is only through the collective efforts of governments, the private sector, non-governmental organizations and the public, as well as through the use of transformative technologies and enlightened policies, that we can protect and realize the true potential of cities.

Pandemics have always shaped cities. From the Athens plague in 430BC, which drove profound changes in the city's laws and identity, to the Black Death in the Late Middle Ages, which transformed the balance of class power in European societies, to the recent spate of Ebola epidemics across sub-Saharan Africa that illuminated the growing interconnectedness of today's hyper-globalised cities, public health crises rarely fail to leave their mark on a metropolis [2]. Without a series of devastating global cholera outbreaks in the 19th century – including one in London in the early 1850s that claimed more than 10,000 lives – the need for a new, modern sewerage system may never have been identified. Joseph Bazalgette's [3] remarkable civil engineering feat, which was designed to safely carry the wastewater down the river and away from drinking water, would never have materialized.

SARS pandemic in 2002–2004 sped up the growth of the small company Alibaba, which traded over the Internet. Now it is a retail leader in Asia. This growth was fueled by anxiety and panic of people who tried to avoid contact with each other as much as possible – almost the same as what we see now.

The financial crisis of 2008 also contributed to new technologies. In Western countries, companies like Airbnb and Uber instantly became popular, because in times of crisis people tried to save on everything: organize co-residence and group for trips.

One of the potential impacts of coronavirus may be an intensification of digital infrastructure in our cities [2]. Covid-19 is already doing this as it is changing cities – from increased surveillance to 'de-densification' to new community activism. COVID-19 has shown that fast-track novel urban innovation can prove to be helpful. This innovation has included the use of robots to disinfect hospitals in China and mitigate the spread of the virus, as well as applications that use big data to facilitate tracking of contacts in South Korea and Singapore. In Spain, the use of virtual doctors has provided timely assistance to the patients with COVID-19.

South Korea, one of the worst-affected countries by the disease, has also posted some of the lowest mortality rates, an achievement that can be traced in part to a series of technological innovations – the mapping and publication of infected patients' movements.

In China, authorities have enlisted the help of tech firms such as Alibaba and Tencent to track the spread of Covid-19 and are using «big data» analysis to anticipate the emergence of the next transmission clusters. If one of the government takeaways from coronavirus is that «smart cities» including Songdo or Shenzhen are safer cities from a public health perspective, then we can expect greater efforts to digitally capture and record our behaviour in urban areas – and fiercer debates over

the power such surveillance hands to corporations and states [1]. Additionally, deliveries are required across countries and suppliers while supporting cost savings through increased production and traceability. To do this, we need global platforms with sophisticated technologies – 5G, robotics, the «Internet of things» and blockchain. These technologies will help to establish contact between customers and numerous reliable suppliers in common network.

The coronavirus pandemic caused officials to accelerate incredibly [1]. China broke all records by building a huge hospital in Wuhan with an area of almost 60 thousand square meters in just 10 days. South Korea conducted speed tests for 200 thousand citizens and used smartphones to track the movements of infected people to quickly alert healthy people about such movements. Cities that are open, transparent, collaborative and adopt comprehensive responses are better equipped to manage pandemics than those that are not. While still too early to declare a success, the early response of Taiwan and Singapore to the COVID-19 outbreak stand out. Both Taipei and Singapore applied the lessons from past pandemics and had the investigative capacities, health systems and, importantly, the right kind of leadership in place to rapidly take decisive action. They were able to flatten the pandemic curve through early detection thus keeping their health systems from becoming rapidly overwhelmed.

In Indonesia smart-city technologies play an important role in tracking fair distribution of COVID-19 funding. The government has set a budget of Rp 110 trillion (US\$7 billion) for a social safety net for citizens who are vulnerable to COVID-19 economic impact. This large amount of funding requires accurate data at the grassroots level to ensure the payoff's accuracy and avoid corruption. The technologies that combine citizen reporting and artificial intelligence (AI)-based sensors will help the government formulate data-based decisions to cope with the pandemic based on the real situation on the ground. Transparent, quick and accurate decisions will also calm communities and help them get through this pandemic situation [6].

In addition, smart-city platforms will enable the government to use CCTV as an automatic sensor to provide reports. For example, the computer vision engine developed by Qlue enables CCTVs to recognize faces and analyze crowds. This capability can be integrated with various data, like COVID-19 patients, population and civil records held by the government. By integrating COVID-19 patient data with computer vision, the government can act quickly if there is a COVID-19 patient who escapes from quarantine. It will also send notifications to security staff smartphones so they can respond to the problem in a timely manner [6].

Furthermore, a smart-city platform will also allow those in self-quarantine to provide periodic updates that can be monitored by the government. By providing citizens with a geographic information system (GIS)-based application, citizens can provide daily reports about their condition and can immediately provide alerts to the government if they are getting worse.

Smart city-based platforms and solutions will help the government to effectively reduce the spread of COVID-19 using data and AI-based sensors. Both regional and central governments should be able to implement the technologies

quickly to prevent the spread of COVID-19. The transparent and reliable data will also help recover or gain public trust, which has been decreasing since the first COVID-19 case occurred in Indonesia.

Not surprisingly, cities that have robust governance and health infrastructure in place are in a better position to manage pandemics and lower case fatality rates (CFR) and excess mortality than those that do not. Adopting a combination of proactive surveillance, routine communication, rapid isolation and personal and community protection (e.g. social distancing) measures is critical [4].

All these measures could be further improved if there were more «smart cities» in the world. According to a recent study by the University of Glasgow, only 27 out of 5,500 major cities can boast of this level of technological development.

The authorities will undoubtedly take this tactic into service, and investments will shift towards “smart cities”. In the event of new crises, it will become important to carefully monitor and maintain order. Mostly, smart governments, specialized companies like Cisco, Microsoft and Siemens, as well as urban digital startups across Europe, Asia and the United States will benefit from this [5].

In summary, the COVID-19 pandemic is threatening lives and economies around the world. But it has also demonstrated that human societies are capable of transforming themselves more or less overnight. COVID-19, inevitably, will encourage faster city transformation and «smart-city» technology implementation, as «smart-city» platforms and solutions will help the governments to effectively reduce the spread of COVID-19.

References

1. Коронавирус как толчок к волне инноваций: три новые технологии, которые подстегнула эпидемия. Retrieved from <https://mc.today/koronavirus-kak-tolchok-k-volne-innovatsij-tri-novye-tehnologii-kotorye-podstegnula-epidemiya>.
2. Cities after coronavirus: how Covid-19 could radically alter urban life. *The Guardian*, March 26, 2020. Retrieved from <https://www.theguardian.com/world/2020/mar/26/life-after-coronavirus-pandemic-change-world>.
3. Cook G. C. Construction of London's Victorian sewers: the vital role of Joseph Bazalgette. Retrieved from <https://pmj.bmj.com/content/77/914/802>.
4. Could COVID-19 give rise to a greener global future? Retrieved from <https://www.weforum.org/agenda/2020/03/a-green-reboot-after-the-pandemic>.
5. How cities around the world are handling COVID-19 – and why we need to measure their preparedness. Retrieved from <https://www.weforum.org/agenda/2020/03/how-should-cities-prepare-for-coronavirus-pandemics>.
6. How smart-city solutions can help government battle COVID-19. *The Jakarta Post*, April 22, 2020. Retrieved from <https://www.thejakartapost.com/life/2020/04/22/how-smart-city-solutions-can-help-government-battle-covid-19.html>.

Мороз В. В.

аспірант кафедри фінансів ім. С. І. Юрія
Тернопільський національний економічний
університет

ЗЕМЕЛЬНА РЕФОРМА В УКРАЇНІ: РИЗИКИ LAND GRABBING І НАЦІОНАЛЬНА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ

Земельна реформа в Україні є предметом дискусій вчених, політологів та бізнесменів вже понад 20 років, яка з кожним роком породжує нові ідеї її реалізації. Більшість з таких ідей спрямована на обґрунтування необхідності запровадження вільного ринку землі сільськогосподарського призначення, що повинно б призвести до залучення додаткових інвестицій в аграрний бізнес.

Однак, на наш погляд, така ситуація є малоімовірною, оскільки початкова вартість одного гектара землі в Україні, яка встановлюється на основі нормативної грошової оцінки землі є найнижчою в Європі і становить, приблизно, одну тисячу євро (рис. 1).

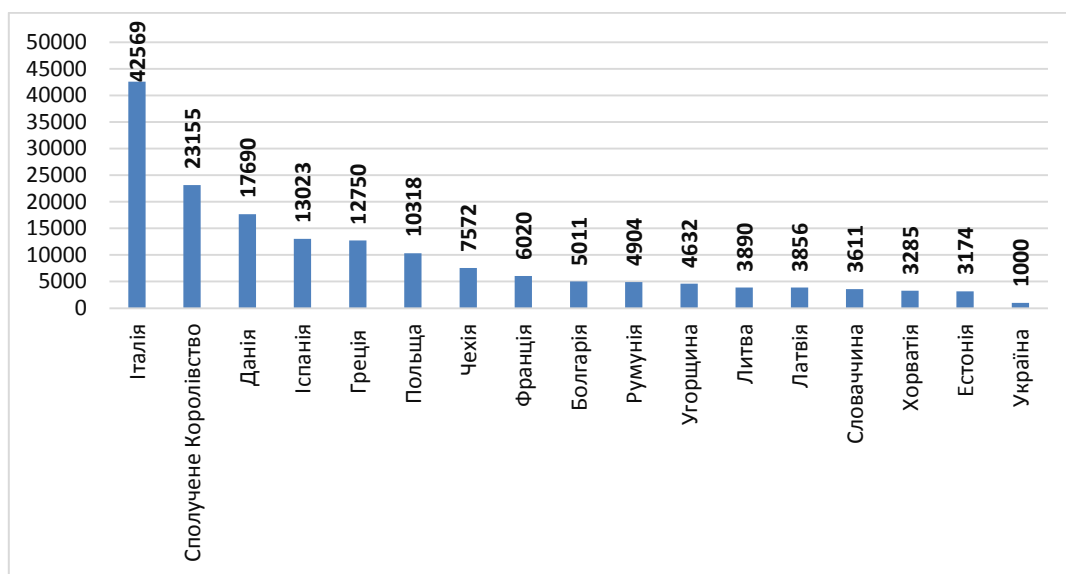


Рис. 1. Вартість одного гектара землі сільськогосподарського призначення в деяких країнах Європи (станом на 01.01.2019 р.) *

**Побудовано автором за даними Євростату [1]*

Як бачимо з рисунку 1, вартість землі сільськогосподарського призначення в Україні суттєво поступається країнам-сусідам, зокрема Польщі, де вартість одного гектара землі складає понад 10 тис. євро.

Запровадження ринку землі сільськогосподарського призначення за існуючої моделі нормативної грошової оцінки містить суттєві фінансові ризики для власників землі, які ризикують недоотримати більше п'яти тисяч євро у випадку продажу своєї земельної ділянки. Зважаючи на те, що більшість ґрунтів в Україні є чорноземами, які розташовані в сприятливому кліматі для ведення сільського господарства, вартість одного гектара землі повинна бути вищою, ніж в сусідній Польщі.

Таким чином, на наш погляд, перед запровадженням вільного ринку землі необхідно запровадити ринок оренди землі, функціонування якого дасть змогу сформувавши ринкову ціну на оренду землі, яка стане підґрунтям для ціни на продаж земельної ділянки за умови запровадження ринку землі.

Не менш важливим ризиком земельної реформи в Україні є land grabbing. Під терміном land grabbing («захоплення земель») прийнято розуміти передачу прав на володіння або користування ресурсами від місцевих землевласників іноземним інвесторам в рамках великих міжнародних контрактів. З іншої точки зору: захоплення земель – це практика ряду країн і транснаціональних корпорацій, інвестиційних і пенсійних фондів, спрямована на укладення міжнародних угод з купівлі та взяття в довгострокову оренду, як правило, на термін від 50 до 99 років, недорогих земельних ділянок, придатних до сільського господарства [2].

Захоплення земель є частиною операцій з просування доктрини «неоколоніалізму» розвинутими країнами світу, де поступово наростає загроза порушення їх продовольчої безпеки. Тому з метою убезпечення своїх громадян від голоду, розвинуті країни під приводом міжнародних інвестиційних контрактів викуповують родючі землі в країн реципієнтів, або лобіюють свої інтереси через Міжнародний валютний фонд, який змушує країни із земельними ресурсами послаблювати регулювання свого внутрішнього ринку.

Яскравим прикладом захоплення земель є країни Африки, зокрема Мадагаскар та Судан. Одним із найголовніших гравців на ринку захоплення земель є Китай, який веде цілеспрямовану політику експансії в країни Африки. Так, наприклад, компанія «Чонцін сид Корпорейшн» у 2008 р придбала в Танзанії 30 тис. га землі для вирощування гібридного рису, для чого завезла робітників з Китаю на місце корінних жителів; із президентом Замбії заключено програми консолідованого боргу на 9,7 млн. дол. в обмін на 50-річну оренду землі, однак на цій землі також працюють китайці, а сировина експортується в Китай.

Таким чином, користуючись бідністю країн, багатих на земельні ресурси та власними фінансовими можливостями Китай поступово захоплює землі раїн Африки. Така ж ситуація, цілком ймовірно може виникнути в Україні у випадку залучення китайських інвестицій не зрозумівши всі вимоги контракту.

Зростання ймовірності фінансових ризиків та випадків захоплення сільськогосподарських земель у бідних країн Африки, Україні необхідно є дієва стратегія регулювання земельних відносин, яка, в першу чергу, повинна містити такі складові: чіткі цілі розвитку земельних відносин у взаємозв'язку з дотриманням національних інтересів; напрямки організації ринку оренди землі; заходи з фінансування і довгострокового пільгового кредитування сільськогосподарських виробників; заходи щодо захисту прав власності власників земельних ділянок; заходи щодо контролю за раціональним землекористуванням тощо.

Довгострокове пільгове кредитування сільськогосподарських виробників та можливість придбання всієї необхідної сільськогосподарської техніки малими фермерами в лізинг є тією необхідною умовою, яка дозволить українцям ефективно господарювати на своїй землі без ризиків прояву land grabbing та фінансових ризиків.

Література

1. *Євростам*. URL: <https://appsso.eurostat.ec.europa.eu>.
2. *Land Grabbing, Overview Slow Food*. URL: <http://www.slowfood.com/international/132/overview>.

УДК 338

Мороз І. В.

аспірант кафедри податків і фіскальної
політики

Тернопільський національний економічний
університет

ПЕРСПЕКТИВИ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНІМ ДЕРЖАВНИМ БОРГОМ УКРАЇНИ В ПЕРІОД КОРОНАКРИЗИ

Пандемія COVID-19, яка сьогодні існує в світі стала справжнім викликом не лише для здоров'я населення планети, галузі медицини, але й для глобальної економіки. Жорсткі карантинні заходи, що запроваджені в багатьох країнах світу та Україні фактично призупинили економічну активність в тих галузях, які не пов'язані із забезпеченням життєдіяльності населених пунктів. У всіх інших галузях економіки (транспорт, сфера обслуговування, готельно-ресторанний бізнес, туризм, торгівля) назрівають колосальні збитки, які стимулюють безробіття. Все це веде до зниження сукупного попиту, купівельної спроможності населення, недоотримання коштів в державний бюджет і, як наслідок, до падіння ВВП на 4,2% за прогнозами Уряду.

Однак, вирішувати економічні проблеми України, Уряд намагається не через фіскальне і грошово-кредитне стимулювання та усунення внутрішніх дисбалансів й детінізацію національної економіки, а, традиційно, шляхом залучення кредитів від МВФ.

Таблиця 1

Динаміка деяких показників надходження іноземного капіталу в Україну*

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Сектор загального державного управління	29,92	32,88	35,96	36,50	38,89	40,13	44,53
Органи грошово-кредитного регулювання	1,78	2,18	6,71	6,24	7,44	7,94	7,30
Зовнішній державний борг	31,70	35,06	42,67	42,74	46,32	48,07	51,83
Банки	22,56	18,75	12,82	8,97	6,23	5,80	4,77
Не фінансові підприємства і домогосподарства	76,64	62,23	53,58	52,21	53,35	51,43	54,61
Прямі інвестиції: міжфірмовий борг	11,19	9,26	8,56	8,61	9,55	9,41	10,53
Валовий зовнішній борг всього	142,08	125,30	117,63	112,52	115,45	114,71	121,74
Грошові перекази	8,54	6,49	6,96	7,54	9,26	11,11	12,02
Прямі іноземні інвестиції	4,50	0,41	2,96	3,28	2,60	2,36	3,07

* Побудовано автором за даними Національного банку України

Аналізуючи дані таблиці 1, варто звернути увагу на поступове збільшення зовнішнього державного боргу і зменшення зовнішнього корпоративного боргу, що свідчить про стратегію держави на фінансування свої витрат за рахунок зовнішніх запозичень. Більше того, динаміка грошових переказів, показує, що в умовах пандемії COVID-19 та карантинних заходів надходження від мігрантів в Україну знизиться в декілька разів, що вимагатиме перекриття цього каналу надходжень іноземної валюти в Україну. В умовах негативного інвестиційного клімату, глобальної кризи та недовіри до України кредити від МВФ є чи не єдиним фінансовим стимулом для держави. Підвищення важливості кредитів від МВФ для вітчизняної економіки підвищує актуальність ефективного управління зовнішнім державним боргом.

Дослідження досвіду і сучасного стану співпраці України з МВФ можна відмітити ряд недоліків, які з метою швидкого подолання наслідків пандемії COVID-19 для економіки необхідно виправити:

1. В жодному меморандумі з МВФ, а також в публічних заявах Уряду не зазначено конкретної цілі залучення кредитів від МВФ. В основному – це загальні цілі – вирівнювання платіжного балансу, подолання дефіциту державного бюджету, наповнення офіційних резервних активів. На наш погляд, під час співпраці з МВФ та складання меморандуму Уряд повинен чітко окреслити цілі, на які має бути використаний кредит, що значно спростить контроль за використанням коштів і підвищить ефективність самого управління зовнішнім боргом. В цьому контексті доцільною є розробка і реалізація державних цільових програм відновлення економіки після пандемії COVID-19, що фінансуватимуться за кошти залучені від МВФ.

2. Підвищення ефективності потребує саме використання коштів МВФ, які в період дії трьох програм МВФ у 2014–2020 (Стенд-бай (SBA) – у 2014–2015 рр., у 2018–2019 рр. та Розширеного фінансування (EFF) – у 2015–2018 рр.) не те що не були ефективно використанні, але й не були повністю вибрані: за програмою SBA (2014–2015) – 27% (отримано 2 транші з 9); EFF (2015–2018) – 50% (отримано 4 транші з 16); SBA (2018–2019) – 36% (отримано 1 транш з 3).

Таким чином, можна зробити висновок про абсолютну неефективність використання Урядом кредитів залучених від МВФ. Більше того, неефективність полягає не тільки у не повному використанні коштів, а в тому, що для залучення таких кредитів Уряд, як правило, бере на себе нефінансові зобов'язання, які часто шкодять національним інтересам. Тому виконувати меморандуми з МВФ необхідно повністю, однак виключно в площині створення умов для розвитку економіки, а не покриття соціальних видатків.

3. Укладення меморандумів з МВФ повинно відбуватися виключно в межах національних інтересів України. Як в зарубіжній так і вітчизняній науковій літературі є багато досліджень, які доводять елементи неоколоніалізму в діяльності МВФ, що проявляється в лобіюванні інтересів транснаціональних компаній, банків, урядів іноземних держав в частині прийняття тих чи інших законів, що спрощують їх експансію на ринки країн, що розвиваються. Одним із таких прикладів є вимога до Уряду України щодо прийняття закону «Про

ринок землі», який, в перспективі, дасть змогу іноземним компаніям купляти українські землі з метою вирішення проблем з продовольством.

Таким чином, управління зовнішнім державним боргом в період, так званої, коронакризи повинно бути спрямоване на ефективне використання коштів МВФ в рамках державних цільових програм розвитку економіки, а не для фінансування соціальних видатків. Створення умов для розвитку промисловості сприятиме збільшенню податкових надходжень, а отже призведе до зменшення зовнішньої заборгованості.

Разом з тим, Уряду доцільно розробити стратегію щодо поступового зниження залежності від МВФ та його нефінансових зобов'язань шляхом збільшення обсягів залучення зовнішнього державного боргу через розміщення облігацій зовнішньої державної позики. Однак такий напрямок залучення зовнішнього боргу вимагає від країни створення сприятливого інвестиційного клімату, подолання внутрішніх дисбалансів в судовій системі, мінімізації тіньової економіки з метою досягнення високих позицій у суверенних рейтингах, які й впливають на вартість запозичень через облігації.

УДК 353

Ситницька О. А.,
аспірантка кафедри менеджменту, публічного
управління та персоналу,
Тернопільський національний економічний
університет

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ГРОМАД В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Процес глобалізації світової економіки обумовлює нові закономірності та змінює рівні відповідальності за забезпечення місцевого розвитку. Глобалізація призводить до посилення ролі громад в економічному розвитку регіонів та країн. Розвиток України залежить від можливості та зацікавленості громад удосконалювати технології управління місцевим розвитком. Територіальні громади мають перетворитись із об'єкта управління на суб'єкт управління та самостійно забезпечувати свою спроможність. Вони нестимуть відповідальність за планування свого розвитку, за економічне майбутнє та добробут. Тому місцева влада повинна розуміти особливості сучасного розвитку, володіти необхідними знаннями, інформацією, навичками та досвідом, щоб забезпечити конкурентоспроможність своїх громад [3, с. 2].

Розвиток демократичних і ринкових трансформацій в Україні безпосередньо залежить від обраних шляхів і темпів реформування місцевого самоврядування. Імплементация в українську реальність європейської матриці місцевого самоврядування надзвичайно важлива для здійснення швидких та

якісних змін у базових суспільних відносинах. Саме вони слугують рушійною силою демократичних перетворень і гарантією їхньої невідворотності [1]. Приєднавшись до Європейської хартії місцевого самоврядування, Україна взяла на себе зобов'язання дотримуватися встановлених у цьому документі принципів, які гарантують правову, адміністративну і фінансову автономність територіальних співтовариств та їх органів. Сьогодні ми задіяні в процесі серйозних змін та очікувань. Відбулися загалом позитивні зміни податкового та бюджетного законодавства. Бюджети міст стали наповнюватись значно активніше. Для того, щоб розвивалися громади, вже не потрібно панічно розпродавати земельні ділянки. Громади перестають бути звичайними «касами» з виплати зарплати міським бюджетникам та операціоністами комунальних послуг бюджетних установ, вони стають реально зацікавленими у зростанні економіки на своїй території [3, с. 4]. Отримавши додаткові фінансові повноваження та ресурсне забезпечення, об'єднані громади, подібно до міст обласного значення, отримують ще і додаткові повноваження, яких до цього у них не було, а отже і несуть додаткову відповідальність. Очевидно, що для належного урядування в нових умовах необхідно мати нові інструменти, нові знання та навички управління – управління вже іншого, вищого рівня, управління з урахуванням процесів глобалізації, в тому числі й у сфері планування розвитку громади та розумінні глобальних процесів розвитку міст.

Завершення процесів реформування самоврядування та децентралізації означатиме для громад нові можливості врядування та впливу, оскільки практична реалізація принципу повсюдності місцевого самоврядування покладе на лідерів громад інший рівень відповідальності за свій розвиток. Якщо до моменту реформи юрисдикція громад була обмежена територією населених пунктів (в Україні лише близько 4% земельних ресурсів перебувало під забудовою), то в умовах глобальних змін ця юрисдикція громад пошириться практично на майже 100% території держави. Тепер від грамотно складених планів розвитку громад, від їх ефективної реалізації буде залежати обсяг їх бюджетних надходжень, а в результаті якості і комфортності життя їх громадян.

Найбільш потужним трендом економічного розвитку регіонів в умовах глобалізації і міждержавної інтеграції для сучасної України є насамперед децентралізація. Саме цей процес змусить українські регіони, міста і об'єднані громади більш жорстко конкурувати за інвестиції та людський капітал. Це найсильніший стимул для модернізації влади і соціальних інститутів, поліпшення умов для розвитку середнього та малого бізнесу на місцях [2].

Подальша децентралізація, економічні наслідки добровільного об'єднання територіальних громад та, зрештою, завершення адміністративно-територіальної реформи однозначно призведуть до зростання економічної могутності об'єднаних громад та їх ролі у розвитку регіонів та країни. Тому, територіальним громадам уже сьогодні варто готуватися до своєї «нової ролі» – локомотивів розвитку регіонів та країни.

Література

1. Дем'янюк А. В. Удосконалення бюджетного процесу на місцевому рівні в умовах демократичних і ринкових трансформацій. *Науковий вісник Чернівецького університету. Чернівці* : ЧНУ, 2015. Вип. 730–731. С. 141–144.
2. Дунаєв І. В. Інструменти підвищення економічної спроможності добровільно об'єднаних територіальних громад Харківської області. *Державна економічна політика регіонального розвитку: матеріали науково-практичної заочної інтернет-конференції (Харків, ХарPI НАДУ, 10 черв. 2015).*
3. Планування розвитку територіальних громад: навчальний посібник для посадових осіб місцевого самоврядування / Г. Васильченко, І. Парасюк, Н. Єременко; Асоціація міст України. – К., ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2015. 256 с.
4. Проблеми реформування системи місцевого самоврядування. URL: <http://fmd.kh.ua/misceve-samovryaduvannja/problemi-reformuvannya-sistemi-mistseвого-samovryaduvannya.html>.

UDC 656

Olena Slavkova,
Dr. in Economics, Professor,
Sumy National Agrarian University, Sumy,
Ukraine

Taraniuk Leonid,
Dr. in Economics, Professor,
Sumy National University, Sumy, Ukraine

Qiu Hongzhou,
PhD student (Management),
Sumy National Agrarian University, Sumy,
Ukraine
HeNan Institute of Science and Technology,
Henan, China

FEASIBILITY STUDY OF ESTABLISHING SOCIALIZED EMERGENCY LOGISTICS SYSTEM UNDER COVID-19 EPIDEMIC SITUATION

The outbreak of new coronavirus pneumonia in early 2020 has raised alarm bells in many parts of the world and given us some new thinking in many ways. So how to build an emergency logistics system that can respond quickly to disasters? I think it's a question well worth exploring in the current situation. So that in the future when an emergency happens again, there are rules to follow for the rescue of the incident, and the social and economic risks caused by the emergency are greatly reduced.

The emergency relief logistics system shall adopt the concept and technology of block chain to ensure that all requirements and operating records of the disaster

area are open, transparent and untamable; And the need to make the same needs in the same material needs of each unit to meet the level of basic. Its characteristics are as follows: [1, P. 25]

1.1 A socialized emergency logistics system that is strongly organized and controlled by the government and can be self-organized and participated by the public;

1.2 A fully transparent emergency logistics system to realize the open plugging and transparent supervision of social resources;

1.3 Have the ability to provide professional logistics services, and at the same time, be able to make professional connection with the disaster areas at the end;

2. Feasibility of establishing socialized emergency logistics

2.1. Technical feasibility [2, P. 6]

2.2. Social logistics basic system feasibility [3, P. 146]

2.3. Social consciousness feasibility

3. How to establish a socialized emergency logistics system?

The establishment of a socialized emergency logistics system is actually very challenging, but in order to have a system that can connect the whole social resources to provide orderly services for disaster relief in the event of a disaster, it is still worth trying and discussing. [4, P. 83]

3.1. Social emergency logistics should consider the following roles:

1) Government role

2) Public welfare organizations

3) Role of material demand

4) Donor role

5) Supplier role

6) Logistics role

So it should, there are other functional roles, such as service volunteers in disaster areas, which are indispensable to the entire emergency system.

3.2. Key points for the realization of socialized emergency logistics [5, P. 85]

1) All information shall be open and transparent.

2) To achieve direct connection between donors and demanders.

3) Full line tracking and transparency of logistics.

4) The implementation of the technology must be distributed and based on block chain.

The socialized grand emergency logistics system is a huge system with a wide range of stakeholders. It needs to design different social objects according to different roles, and then they will drive their different functions to complete the disaster relief task together. The system needs everyone to do their part, Therefore, all these must be under the supervision of the public, with information transparency to open the choice of operation process, with different voices of criticism to dialectical measures of rationality. So it's a complex system, and it's a transparent system. [6, P. 128]

As the outbreak continues, the overall production cycle of most industries in China will be delayed due to the outbreak, and many things cannot be determined. But we all know that the more adversity there is, the more development there is, and during an outbreak, the greatest fear is fear itself. China is in the process of economic

transformation and high-quality development, which also tests the resilience of China's industrial development. For the logistics industry, what is tested during the outbreak is the ability of enterprise resource scheduling and emergency organization, and what is tested after the outbreak is the speed of enterprise self-rescue and the ability of sustainable operation. Everyone is racing against the time. We need to restore operations more quickly to keep production and consumption in order.

References

1. Tiebao Zhang, *research on emergency logistics under emergencies*, *logistics science and technology*, 8th issue, 2013, 24–26.
2. Shi Zhao, Feng Li, *studied the agricultural products emergency logistics coordination and command system for emergencies*, *grain circulation technology*, 1st issue, 2013, 1–7.
3. Jiachuan Li, Hao Xu, *research on emergency logistics under emergencies*, *management and technology of small and medium-sized enterprises*, 9th issue, 2013, 146–147.
4. Jiangna Yang, *research on the regional measurement and grading method of urban emergency logistics demand after an emergency*, *logistics technology*, 4th issue, 2015, 81–84.
5. Xiaoping Wang, *research on the development problems and countermeasures of China's emergency logistics* *journal of Anhui electronic information vocational technology college*, 2016, no.6, 83–86.
6. Xing Cui, *organization and construction of emergency logistics*, *emergency disasters of logistics science and technology*, issue 7, 2014, 127–129.

УДК 338.1

Сохацька О. М.,

д.е.н., професор, професор кафедри
міжнародних економічних відносин,
Тернопільський національний економічний
університет

Присяжнюк В.,

студент, Тернопільський національний
економічний університет

ОСОБЛИВОСТІ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В УКРАЇНУ

У сучасних умовах глобалізації інвестиції є одним із найважливіших засобів забезпечення виходу країни з кризи, досягнення реальних структурних зрушень в економіці, технологічного зростання, підвищення якісних показників господарської діяльності на мікро- та макrorівнях. Тому вивчення ефективності використання іноземних інвестицій в Україні є одним із найактуальніших завдань економічної науки.

Світовий досвід показує, що країни з перехідною економікою не в змозі самостійно швидко і ефективно вирішити проблеми економічного росту без

залучення і ефективного використання іноземних інвестицій. Позитивним фактором сьогодні є збереження тенденції росту прямих іноземних інвестицій в економіку України. Однак, географічна структура іноземних інвесторів в Україні не є оптимальною та не відповідає структурі інвесторів, що розміщують свої капітали у переважній більшості розвинених країн. Для української економіки важливі інвестиції саме з країн, які є технологічними лідерами та спеціалізуються на виробництві товарів з високою часткою доданої вартості, а саме зі «старих» країн-членів Європейського Союзу (Франції, Італії, Німеччини), а також США та Японії [1].

Стосовно галузевих пріоритетів, то в іноземних інвесторів вони різні, сьогодні прямі іноземні інвестиції (ПІІ) наявні в усіх галузях української економіки. Водночас більшість інвесторів, представлених на українському ринку, охоче інвестують у галузі переробної промисловості, а також сферу оптової та роздрібною торгівлі [3]. Також популярними є галузі, що не потребують довгострокових капіталовкладень і освоєння нових технологій, зокрема фінансовий сектор та сектор нерухомості. Нарощування обсягів іноземних інвестицій в Україні триває вже четвертий рік поспіль, зважаючи на високу активність інвесторів в порівнянні з минулими роками, що формує основу для підвищення конкурентоспроможності та позитивні очікування щодо перспектив майбутнього розвитку країни (див. табл. 1).

Таблиця 1

Прямі іноземні інвестиції в Україну з 2011–2019 р.р. (млн. дол. США.), [5]

Рік	ПІІ в Україну	ПІІ з України	Сальдо
2011	7207	192	+7015
2012	8401	1206	+7195
2013	4499	420	+4079
2014	410	111	+299
2015	2961	-51	+3012
2016	3284	16	+3268
2017	2202	8	+2194
2018	2355	-5	+2360
2019	1711	0	+1711

У першому півріччі 2019 року в економіку України іноземні інвестори внесли \$1259,5 млн. прямих іноземних інвестицій. Про це інформує Державна служба статистики. За накопичувальним підсумком, станом на 1 липня 2019 року акціонерний капітал нерезидентів в Україні дорівнював \$33724,7 млн. (із країн ЄС – \$26462 млн., з інших країн – \$7262,4 млн.), що виявилось лише на 2,5% більше показника початку поточного року (\$32884,8 млн.) [6]. До основних країн-інвесторів України належали Кіпр – \$9922 млн., Нідерланди – \$7413,3 млн., Велика Британія – \$2062,9 млн., Німеччина – \$1749,2 млн. та Швейцарія – \$1652 млн. Найбільші обсяги надходжень прямих інвестицій на звітну дату (за накопичувальним підсумком) були спрямовані до підприємств промисловості – \$11217,9 млн., оптової та роздрібною торгівлі, ремонту авто-транспортних засобів – \$5590,5 млн. та у сферу операцій з нерухомим майном –

\$4377,2 млн. Серед регіонів лідерами за обсягами ПП були м. Київ (\$17661 млн.), Дніпропетровська область (\$3617 млн.) та Київська область (\$1639 млн.).

У минулому році міжнародні компанії виявляли інтерес до України не тільки на словах – прийшли живі гроші. За даними дослідження KPMG, в 2018 році кількість угод за участю іноземних інвесторів зросла на 47%. Загальна вартість M&A угод за рік досягла \$1,8 млрд. Показово, що учасники майже половини оголошених угод (11 з 25 вперше вклали гроші в Україну) [4].

Всі ці фактори дають підстави говорити, що Україна все частіше з'являється на порядку денному іноземних інвесторів. Найбільше їх приваблюють інфраструктура, виробництво, рітейл, енергетика, агросектор і IT. Вхід на український ринок відразу трьох всесвітньо відомих брендів – H&M, Ryanaair і IKEA, яка в цьому році відкриє свою першу точку в Києві. Зовсім скоро в столиці відкриється перший магазин французької мережі Decathlon, яка представлена в 22 країнах світу і має річний оборот понад 11 млрд євро. Укладення рамкової угоди між General Electric і Укрзалізницею загальною вартістю близько \$ 1 млрд. Першу частина контракту виконано – 30 локомотивів GE вже в Україні. Потенційно GE розглядає можливість облаштування виробництва в Україні.

Для того, щоб продемонструвати інвесторам переваги України як потенційного об'єкта фінансування, потрібно створити додаткові інституції, організації та програми, ключовим завданням яких буде підвищення інвестиційної привабливості держави на світовому ринку. В Україні існує проблема недостатнього використання інвестиційного потенціалу, яка пов'язана із надмірним втручанням держави у регулювання іноземних інвестицій, постійними змінами у чинному законодавстві, відсутністю в Україні єдиного центрального органу з питань державного управління іноземним інвестуванням, що негативно впливає на зростання ефективності використання іноземних інвестицій. Тому треба удосконалити законодавчу базу, орієнтовану на ринкові відносини.

Література

1. Гаврилюк О. Умови здійснення іноземного інвестування / О. Гаврилюк // *Економіка України*. – 2016. – № 8. – С. 9–16.
2. Лазебник Л. Л. Інвестиційний клімат та економічна мотивація іноземного інвестування в Україні // *Фінанси України*. – 2010. – № 4. – С. 82–88.
3. Мельник О. О. Інвестиційний клімат в Україні // *Фінанси України*. – 2017. – № 8. – С. 61–65.
4. Інвестиційний клімат в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: invest_klimat04_12_2018.doc.
5. Офіційний сайт Державної статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
6. Офіційний сайт Світового банку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.worldbank.org>.

Стойко В. П.,
магістр кафедри міжнародного туризму і
готельного бізнесу,
Тернопільський національний економічний
університет

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

Глобалізація економічних відносин, загострення умов конкуренції на більшості ринків товарів та послуг, перенасичення споживачів рекламою ставлять перед суб'єктами господарської діяльності нові вимоги до рівня обґрунтованості їх стратегій. З розвитком інформаційних технологій та стрімким стрибком науково технічного прогресу змінюється сутність, а також роль та значення окремих складових системи стратегій підприємства. В умовах посилення глобалізації постає питання: які підходи в позиціонуванні продукції/послуг необхідно застосувати компаніям в успішних сегментах, щоб зберегти ринкову частку або поліпшити ситуацію в майбутньому.

Позиціонування є однією з найпотужніших маркетингових концепцій. Спочатку позиціонування було сфокусовано на лише на продукті, проте завдяки працям Е. Райса і Д. Траута [1] воно зросло до створення репутації продукту і виділенню серед продуктів конкурента.

Позиціонування – це дії, спрямовані на формування особливого сприйняття даного товару/послуги у свідомості споживачів щодо товарів-конкурентів по тих перевагах і вигодах, які вони можуть отримати.

За суттю позиціонування поділяється на :

- позиціонування, що досягається за рахунок технічних know-how. Воно базується на модифікації товарів і здійснюється в результаті впровадження у виробництво досягнень НТП. При такому позиціонуванні споживач отримує об'єкт переваги в даному товарі;
- позиціонування, засноване на маркетингових know-how (модифікація комплексу маркетингу, коли сам по собі товар не змінюється, але пропонується оригінальні методи його просування, розподілу або ціноутворення) [2].

Етапи впровадження позиціонування на ринок:

1. Дослідження ринку, визначення основних атрибутів даного ринкового сегменту, встановлення їх пріоритетності.
2. Оформлення списку конкуруючих підприємств, які використовують виявлені атрибути.
3. Визначення змісту атрибутів для окремого сегменту. Проведення порівняльної оцінки атрибутів порівняно з продуктами конкурентів.

Стратегія позиціонування товару або послуги – це область між маркетинговими дослідженнями і рекламним креативом.

Для успішного впровадження стратегії позиціонування необхідно прийняти ряд важливих рішень, такі як: вибір у товарній категорії, вибір

конкурентної поведінки, диференціація або паритетна модель позиціонування, вибір критеріїв позиціонування, формування концепції позиціонування[3].

Наведемо існуючі стратегії позиціонування:

- Позиціонування за вигодою. Цей спосіб заснований на пропозиції споживачам специфічної користі чи вигоди.
- Позиціонування за використанням товару. У цьому випадку основний акцент робиться на нестандартному використанні традиційного товару.
- Позиціонування на позитивних можливостях технології. Мається на увазі використання фірмової технології, яка викликає довіру у споживачів та відрізняється найсучаснішими характеристиками.
- Позиціонування на основі порівняння товару даної фірми з товарами конкурентів. Найчастіше цей товар порівнюють з яким-небудь «звичайним» товаром, підкреслюючи його унікальні властивості, яких немає у «звичайного товару».

Стратегія позиціонування має узгоджуватися з комплексом маркетингових засобів фірми в цілому та з окремими його елементами товаром, ціною, збутом та просуванням. Невідповідність навіть одного з елементів маркетингового міксу до проголошеної стратегії може спричинити ринковий провал. Обрана стратегія повинна працювати на довгострокову перспективу, а постійна зміна стратегії та напрямку позиціонування тільки створить недовіру та конфузний імідж. Але ринок постійно міняється і завдання маркетолога відслідковувати зміни і за необхідності коректувати стратегію позиціонування.

Література

1. Мостенська Т. Л. *Основи маркетингу: навч. пос. Київ. Кондор, 2008. 240 с.*
2. *Market Positioning. Influencing consumer perception of a brand or product in relation to rival brands*, CFI, URL: <https://corporatefinanceinstitute.com/resourcesknowledge/strategy/market-positioning> (дата звернення: 13.04.2020).
3. Гаркавенко С. С. *Маркетинг: підручник, Київ: Лібра, 2013. 712 с.*

УДК 327

Шупа Л. З.

к.е.н., доцент кафедри міжнародних відносин
та дипломатії

Тернопільський національний економічний
університет

ПОЧАТКОВИЙ ЕТАП УКРАЇНСЬКО-БРИТАНСЬКИХ ВІДНОСИН

Про Україну як соціально-політичну реальність у Великій Британії було добре відомо ще з часів визвольної війни під проводом Богдана Хмельницького, котрого там називали «козацьким генералом». Під час візиту

до Києва 4 вересня 1995 р. державний секретар Її Величності у закордонних справах та в справах Співдружності Малкольм Рифкінд наголошував, що зв'язки України з Європою сягають далеко в минуле [1]. Важливе місце посідала Велика Британія в зовнішньополітичних відносинах українських урядів доби визвольних змагань 1917–1921 рр. Але повною мірою налагодження двосторонніх відносин між двома державами стало можливим лише зі здобуттям Україною її державної незалежності [2].

Після спроби державного перевороту в СРСР та прийняття Верховною Радою України Акту проголошення незалежності України 24 серпня 1991 р. Велика Британія ставилася до України, як і до інших колишніх радянських республік, з обережністю, однозначно орієнтуючись на центральний радянський уряд. Проте після Біловезької зустрічі та доленосного для України референдуму, в ході якого український народ понад 90% голосів підтвердив Акт проголошення державної незалежності, ситуація кардинально змінилася: 30 грудня 1991 р. Велика Британія визнала Україну незалежною державою, а 10 січня 1992 р. встановила дипломатичні відносини, Генеральне консульство Великої Британії (відкрите в Києві у листопаді 1991 р.) стало посольством [3].

Як зазначає В. Крушинський, Україна, здобувши незалежність, узяла курс на «повернення в Європу», і саме це питання одразу посіло ключове місце в українобританських відносинах, ставши предметом постійних взаємних консультацій. Як відомо, Велика Британія є прихильником розширення Європейського Союзу, оскільки залучення нових членів до ЄС призводить до децентралізації даної організації, що є вкрай вигідним для Великої Британії, яка завжди виступала проти федералістських тенденцій в Європейському Союзі. Заяви з британського боку про те, що Сполучене Королівство високо цінує прагнення України приєднатися до Європейського Союзу, звучать доволі регулярно [4]. Проте початковий етап українсько-британських відносин характеризувався певною мірою стриманістю британської сторони в розгортанні двостороннього співробітництва і взаємодії [5].

Від самого моменту встановлення дипломатичних відносин перед українською дипломатією у Лондоні постало чимало проблем. Українським дипломатам особливо складно було налагоджувати стосунки з британськими бізнес-колами, оскільки бракувало безпосередніх зв'язків і досвіду спілкування з ними.

Від самого початку становлення двосторонніх відносин наріжним каменем в українсько-британському спілкуванні постала проблема ядерної зброї. Велика Британія, як одна з держав – постійних членів Ради Безпеки ООН та член ядерного клубу, вкрай гостро сприймала успадкування Україною від СРСР третього за 155 потужністю ядерного арсеналу у світі, який значно перевищував арсенал самої Британії. Отже, як зазначає визнаний фахівець у галузі україно-британських відносин В. Крушинський, «на перетині цих багатьох в чому розбіжних векторів почала формуватися структура міждержавних відносин Великої Британії та України, основою якої визначилися саме європейські питання в широкому контексті регіональної безпеки, розбудови в регіоні інтеграційних інституцій та зміцнення європейської стабільності» [6].

Література

1. *Великобританія неухильно підтримуватиме вас : Виступ Малкольма Рифкінда, Державного секретаря у закордонних справах Великої Британії та у справах співдружності в Українському інституті міжнародних відносин // Політика і час. – 1995. – № 10. – С. 10.*
2. *Черінько І. Українсько-британські відносини: сучасний стан, проблеми, перспективи / І. Черінько // Студентська координата. – К. : Ін-т журналістики Київ. нац. ун-ту ім. Т. Шевченка, 2005. – № 4. – С. 4–5.*
3. *Україна на міжнародній арені : зб. документів і матеріалів (1991–1995 рр.) / редкол. : Г. Й. Удовенко (відп. ред.) та ін. ; МЗС України. – К. : Юрінком Інтер, 1998. – Кн. 2. – С. 463.*
4. *Крушинський В. Ю. Британсько-українські відносини з питань євро інтеграції / В. Ю. Крушинський // Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. пр. – К.: Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. Ін-т міжнар. відносин, 2005. – Вип. 57. Ч. I. – С. 103–111.*
5. *Яковенко Н. Л. Велика Британія в сучасній системі міжнародних відносин: заявка на європейське лідерство : моногр. / Н. Л. Яковенко – К. : Наук. світ. – 2003. – С. 163–164.*
6. *Крушинський В. Ю. Британська Європа чи європейська Британія. Великобританія в європейських інтеграційних процесах : моногр. / В. Ю. Крушинський – К. : Вид.-поліграф. центр «Київський університет», 2003. – С. 163–164.*

СЕКЦІЯ 2
ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ
ПІДПРИЄМСТВАМИ

Білан О. С.,

к.е.н., доцент кафедри економіки та економічної теорії

Тернопільський національний економічний університет

РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ РЕЦИКЛІНГУ У РЕАЛІЗАЦІЇ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

В сучасних умовах сталий розвиток є «двигуном» суспільного прогресу, адже може забезпечити гідне життя людей сьогодні та одночасно зберегти природний спадок для нащадків як на локальному, так і на глобальному рівнях. Уряди розвинутих країн успішно реалізують основні положення сталого розвитку, що є запорукою успішного і збалансованого майбутнього.

Варто зазначити, що з кожним роком зростає роль екологізації виробничого процесу. Глобальні зміни екосистеми змушують великий бізнес інвестувати в охорону навколишнього середовища, причому, в останні роки все більше компаній – лідерів корпоративної соціальної відповідальності, переходять від політики еко-ефективності до політики еко-інновацій, що має на меті скорочення обсягів споживаних ресурсів, в першу чергу енергії, і внесення кардинальних змін в сам технологічний процес.

Ініціатива ООН в галузі досягнення цілей сталого розвитку посприяла встановленню жорстких законодавчих норм по відношенню до виробників продукції та послуг щодо поводження з відходами виробництва та споживання; дозволила не тільки сформулювати, а й розвинути нові напрямки в економіці, а саме: розробка екологічних зелених технологій, виробництво продукції з переробленої сировини, створення приватних підприємств в сфері переробки відходів, що сприяє досягненню балансу між економічним розвитком країни та збереженням її природного потенціалу.

Закономірно, що ідею сталого розвитку, доповнену концепцією «зеленої» економіки можна розглядати як сучасну стратегічну парадигму, яка потребує реалізації на всіх рівнях економіки. Сталий та екологічно відповідальний розвиток економіки є можливим лише в тому випадку, коли відбудеться зміна сучасних стратегій ведення бізнесу.

Сьогодні перед людством як ніколи гостро стоїть проблема обмеженості ресурсів і пошуку способів максимально відповідального задоволення своїх потреб. За таких умов виникає необхідність використання переваг рециклінгу в забезпеченні сталого розвитку суспільства.

У зарубіжній практиці рециклінг визначається як процес перетворення відходів у матеріали, які можна повторно використовувати, що дозволяє зменшити втрати корисних матеріалів, знизити витрати сировини та енергії, рівень забруднення повітря, води і ґрунту в результаті скорочення обсягу утилізації відходів звичайними способами. В такому розумінні рециклінг зустрічається в міжнародній ініціативі 3 R: Reduce (скорочення обсягів

утворення відходів), Reuse (повторне використання відходів), Recycle (використання відходів як вторинної сировини).

Різниця між процесами повторного використання (Reuse) і рециклінгу (Recycle) полягає в тому, що повторне використання передбачає, що якийсь об'єкт, який є відходом для одного агента, для іншого – готове до використання благо, яке не потребує додаткової переробки або обробки. Відповідно рециклінг передбачає, що відходи є ресурсом (проте не кінцевим продуктом), який можна повторно залучити у виробничий процес за умови його обробки і (або) переробки. Процес рециклінгу в ідеальному варіанті характеризуються безвідходністю, проходженням циклу включення у виробничий процес необмежену кількість разів.

Варто зазначити, що одним з чинників, який позитивно впливає на запровадження рециклінгу в Україні, є організація роздільного збору сміття з метою його подальшої переробки. Такий підхід до збору твердих побутових відходів забезпечить екологічну стабільність і знизить екологічні ризики вітчизняної економіки. На нашу думку, саме невирішеність проблеми з переробкою промислових і побутових відходів є одним з найнегативніших чинників впливу людини на навколишнє середовище. У зв'язку з цим, в найкоротші терміни, необхідно сформувати ефективну систему управління відходами виробництва і споживання, що в умовах екологічної кризи є першочерговим завданням сталого розвитку України.

Отже, при формуванні природоохоронної державної політики слід виходити з принципів сталого розвитку, повністю виключивши перекладання екологічних проблем, викликаних поточним споживанням, на майбутні покоління. Сталий розвиток в даній сфері передбачає певні вимоги до системи поводження з відходами. Стійкість комплексної системи поводження з відходами забезпечується, в першу чергу, завдяки розвитку ринку вторинної сировини з утилізованих відходів, припиненню нелегального захоронення відходів. При цьому варто наголосити, що головний ефект при вирішенні проблеми відходів пов'язаний з їх повторним використанням.

За таких умов рециклінг має стати ключовим інструментом у вирішенні важливих екологічних проблем, гострота яких росте сьогодні випереджаючими темпами. Таким чином, в даний час рециклінг доцільно розглядати як важливий елемент соціально-економічної системи, що дозволяє сформувати основу для сталого розвитку сучасного суспільства.

Блажей І. О.,

к.е.н., викладач кафедри міжнародних
економічних відносин,

Тернопільський національний економічний
університет

ЗНАЧЕННЯ ЕСТЕТИЧНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ПРИ ПРОСУВАННІ ЕКО-ПРОДУКЦІЇ

Заявлена екологічність продукції значно впливає на очікування споживачів не лише щодо її функціональних якостей, але також і естетичних. Часто саме зовнішній вигляд товару дозволяє створити чіткий емоційний образ в свідомості споживача, особливо, враховуючи високий рівень конкуренції на ринку та наявність великої кількості товарів-аналогів.

Виготовлення еко-продукції передбачає зміни у конструюванні виробу, способах виробництва, дистрибуції, просуванні, використанні (чи повторному використанні), а також наприкінці життєвого циклу продукції (переробка та утилізація). Відбувається модифікації продукції у напрямку збільшення її корисності для навколишнього середовища та здоров'я людини. Відповідно, очікується, що ці зміни певним чином будуть відображені в зовнішньому вигляді самого товару, або ж його пакуванні, атрибутах бренду (назва, логотип, кольори, персонажі тощо). Тобто, естетичні зміни призводять до нового емоційного сприйняття споживачем.

Прийнято виділяти два підходи до естетичних якостей продукції. По-перше, естетика стосується безпосередньо специфічних властивостей товару, в основному, зовнішнього вигляду (форма, вид матеріалу, кольори). По-друге, естетичним є шлях отримання досвіду від першого враження та подальшого використання товару (особливості виробничого процесу, складання, цілі споживання) [1]. Наприклад, на споживача може впливати навіть країна виготовлення продукції. Таким чином, твердження про екологічність продукції матиме безпосередній вплив на її естетичне сприйняття.

Як показують окремі дослідження, зовнішні естетичні якості екологічної продукції часто є основою для оцінки товару чи послуги як «правильної з точки зору екології». В той же час, зовнішній вигляд може сигналізувати і про шкідливість для навколишнього середовища та людини [2]. Також, варто усвідомлювати, що дизайн екологічної продукції є цінним для споживача на довгостроковій основі лише в тому випадку, коли підкріплений відповідними функціональними (сутнісними) якостями.

На даний час відбувається так званий «естетичний бум», який характеризується швидким потоком знаків та образів, що перенасичують повсякденні життя сучасного суспільства. Відбувається прикрашання повсякденних предметів, оточення та досвіду [3]. Межа між приємними відчуттями та пропагандою естетичної цінності в усіх можливих сферах життя є нечіткою. Такі мотиви активно пропагуються транснаціональними корпораціями та не можуть вважатись екологічно прийнятними. Краса заради краси, або ж краса як об'єкт споживання, суперечить екологічним цінностям сталого розвитку.

Сьогодні багато товарів в бажанні захопити увагу споживача стають відображенням культури надмірності та надспоживання, тому екологічною буде вважатись продукція не переобтяжена зовнішніми ознаками. Вона сприймається як довговічна, простіша в обслуговування та ремонті. Значення матиме також кількість використаних матеріалів для виготовлення товару та його пакування. Тобто, екологічними швидше вважатимуть речі, які легко зрозуміти та використовувати (наприклад, присутній видимий функціональний механізм). Розуміння об'єкта дає відчуття контролю над ним.

Екологічні характеристики продукції поділяються на функціональні та емоційні, що відповідає естетичним характеристикам. Зв'язок зовнішнього вигляду та етичних якостей (в даному випадку, збереження довкілля) чітко простежується в роботах багатьох вчених. Проте, естетика більшості споживчих товарів на сьогоднішній день далека від етично прийнятної. Саме екологічна продукція здатна змінити ставлення до споживання шляхом підтвердження екологічних характеристик відповідним еко-дизайном. Надто поверхнєве позиціонування значно зменшує шанси на комерційний успіх еко-продукції.

Передбачається, що рух у напрямку сталого розвитку призведе до змін у сприйнятті споживачами естетичних властивостей продукції. Тобто, візуальна культура відповідатиме моральним цінностям суспільства. Виходячи з цього, деякі естетичні властивості вважаються більш прийнятними для просування еко-продукції.

Література

1. Burnette C. *The Role of Aesthetics in Design Thinking*. 2015. URL: https://www.academia.edu/19251847/The_Role_of_Aesthetics_in_Design_Thinking (Date of access: 05.05.2020).
2. Marchand A, Walker S., De Coninck P. *The role of beauty for sustainability: a discussion on responsible consumption, aesthetics attitudes and product design*. *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, Vol 99. 2006. URL: <https://pdfs.semanticscholar.org/b771/beaa208e43c309c342a702608f674ece48d2.pdf>.
3. Ozgen O. *Handbook of Research on Consumption, Media, and Popular Culture in the Global Age*. IGI Global. 2019. 454 p.

УДК 658

Блажей І. О.,

к.е.н., викладач кафедри міжнародних економічних відносин,
Тернопільський національний економічний університет

Павлюк М. М.

студентка, Тернопільський національний економічний університет

ВЕЛИКЕ ПІДПРИЄМСТВО – МАЛЕНЬКА ДЕРЖАВА

Розмірковуючи над створенням ефективної моделі управління підприємством досить доцільним є порівняння його із державою. Кожна компанія, як і кожна країна, має свої правила і закони (гласні і негласні), має свої окремі

інститути, робота кожного з яких направлена на певну мету. Є свій президент і свій заступник, є мета і пройдений шлях, а що найголовніше – це люди, які діють разом, як один великий злагоджений організм. Якщо одна частина цього організму дає збій, то і в державі, і в компанії починається безлад і хаос.

Тому пропоную на прикладі підприємства чи компанії розглянути моделі керування, чи то пак, три політичні режими, притаманні державам світу.

Отже демократія. Слово, вживане настільки часто і не завжди доречно, що з часом втратило свій істинний і правильний зміст. Поняття, яке багато в чому переходить межу реальності, а його такі солодкі і світлі парадигми стікають липкою карамеллю по наших вухах. Наразі жодну державу не можна назвати до кінця і повністю демократичною. І в майбутньому буде так само, адже цілковита демократія, попри всі свої плюси, призводить до міжусобиць, хаосу і різночких розбіжностей у поглядах і у діях. Проте режим правління наближений до демократії наразі є одним із найпоширеніших і найефективніших політичних режимів у світі. Спробуймо накласти даний режим на політику певної компанії. Демократія – свобода слова. Отже і свобода ідей, думок, їх реалізації. Вільні ідеї – рух в майбутнє. Затребуваність ідей породжує затребуваність креативних спеціалістів, тобто людей із різнобічним, унікальним поглядом на світ і стан речей у ньому. Затребуваність нових прогресивних ідей веде за собою збільшення попиту на освічених і високомислячих працівників. Реальна демократія є дорогою до успіху, є прямим шляхом до розумного розвитку. Підприємство, в якому кожна людина відчуває свою затребуваність, де кожна людина має право на слово, може заперечити, спростувати, чи піддати сумніву, при цьому давши чіткі аргументи і альтернативу, має високі шанси на досягнення успіху. Проте є тонка, але досить чітко окреслена межа, адже, коли надміру – втрачається злагодженість, підривається стабільність і кожен починає кричати своє, не маючи терпіння і поваги вислухати чиєсь.

Тоталітаризм – повна протилежність. Байдуже, що ти маєш язик і вмієш говорити. Здави свій голос десь у клітці із ребер і мовчи. Твоє слово нічого не вартує. Твоє слово – пустий звук, який у кращому випадку не буде прийнятий до уваги, у гіршому – буде скручений у тебе ж на шиї петлею із погроз і попереджень. Тоталітарна політика на підприємстві попри свою аморальність може принести деякі плоди. Для досягнення успіху найголовніше, що є потрібне, – чітко і грамотно продумана ідеологія, пропаганда, яка, хоч часто і силою, але змусить єднатись. Як на мене, то пропаганда – рушійна сила тоталітаризму. Так, не буде різнобічних поглядів, не буде конструктивної критики, заборонена буде гласність, а гасла цензури стануть провідними. Але буде вимушена єдність задля однієї мети. Засади тоталітаризму часто перегукуються із основами авторитарного режиму. Диктатор, його вірні пси, його «високі ідеї» і загнаний у словесні ярма народ.

Перший в більшій мірі, другий в меншій, але обидва ці режими сковують у правах, висловлюваннях і діях. Жодної ідейності і права вибору, ніяких роздоріж і можливостей відступу. Всього один проторований шлях, кінцева точка якого нікому не є відома. Якщо тоталітарний і авторитарний режими взяти за основу управління підприємством, то важко уявити, що може чекати на нього в майбутньому. По перше, у суспільстві, якому знайома демократія,

важко буде знайти, чи то краще сказати, втримати гідну і освічену людину на місці роботи, де з її думкою анітрохи не рахуватимуться. Спеціалісти, що прагнуть розвитку йтимуть туди, де вільний розвиток є дозволеним. Залишаться ж ті, хто не мають вибору і готові миритись. По друге, необхідність у ідейному і мислячому лідерів є колосально великою, адже лиш йому вести, йому ставити під сумнів, піддавати критиці і врешті генерувати ідеї, за якими повести підприємство.

Розглянемо ці режими на прикладі всесвітньо відомих компаній. Усім відома корпорація Google заснована у 1998 році. Масштабний пошуковий інтернет-сервіс, один із найбагатших і найсильніших брендів світу за версією BrandZ і Brand-Finance. У 2010 році дана корпорація зайняла перше місце у списку ста кращих роботодавців США. Розплідник ідей, основою керування яким є цілковите право голосу працівників, які в будь який момент можуть висловити свою власну думку щодо функціонування і розвитку компанії, задати запитання, які хвилюють його і поділитись ідеями чи пропозиціями.

В той же час ми позираємо на Китай, країну, збудовану на засадах ідеології і на принципах комунізму. Цілком доцільним є припущення, що компаніям, розміщеним на території країни не притаманна демократична модель управління. Попри це Китай – одна із найпрогресивніших країн світу, провідний у науково-технічних відкриттях. Причина в ментальності. Китайським працівникам важливо відчувати тверде і мисляче підґрунтя – лідерів, і, напевне, їм було б достатньо важко звикнути до моделі керування в Американських підприємствах. Те ж саме можна сказати про американців, французів і представників інших демократичних країн – в умовах корпоративної політики компаній Китаю (не всіх, проте більшості) їм було би важко освоїтись.

Людині, яка вірить у демократію важко зрозуміти засади інших режимів. Даний режим є найефективнішим і найдієвішим у бажанні розвитку, проте слід зауважити, що не настільки важливий сам режим правління, як людина, лідер або група лідерів, які ведуть як компанію, так і країну певним шляхом. Бо лиш грамотний і досвідчений лідер може вести у майбутнє.

УДК 65.01

Борис Н., Сагайдак У.,
студенти групи МІМ-41,
Тернопільський національний економічний
університет

ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА ЯК ВАЖЛИВИЙ КОМПОНЕНТ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах розвитку суспільства, економічних та соціальних змін в світі питання організаційної культури набуває особливого значення, привертаючи до себе увагу як теоретиків так і практиків управління.

Організаційна культура є інструментом забезпечення високої прибутковості підприємства за рахунок максимізації ефективності менеджменту та якісного поліпшення діяльності підприємства в цілому.

Організаційна культура – це складна, динамічна, багаторівнева система, що включає елементи духовного і матеріального життя організації, а на сучасному етапі нерідко використовує досягнення менеджменту якості і математичного моделювання [1].

Як свідчить міжнародна практика, компанії, яким під силу сформувати сильну організаційну культуру, досягають більш високої ефективності та продуктивності у своїй діяльності. Дослідження американських вчених показують, що зміцнення організаційної культури без зміни інших рівних умов праці часто супроводжується підвищенням продуктивності працівників на 15–25%. Велика кількість компаній із суперечливою і слабкою культурою є неефективними в ринкових умовах і поступаються іншим у конкурентній боротьбі.

Якщо нещодавно вважалося, що в конкурентній боротьбі отримує перемогу найсильніший і менеджери докладали максимум зусиль, щоб стати кращою компанією, то сьогодні конкурентні зусилля зосереджуються на тому, щоб стати унікальною компанією.

В забезпеченні компанії унікальною конкурентоспроможністю особливу роль відіграє організаційна культура, яка відноситься до найбільш складно імітованих нематеріальних стратегічних ресурсів [2]. Кожна організація володіє своїми культурними особливостями, за допомогою яких відрізняється від інших організацій, тому що вона є результатом взаємодії унікальних людей – працівників фірми. Особистість керівника та його лідерські якості мають значний вплив на формування правил, цінностей, традицій та прийняття управлінських рішень в межах організації, тим самим надають певну унікальність компанії.

Вплив корпоративної культури на ділову активність організації має різноплановий характер і може проявлятися через безліч складових. Таким чином, доцільно буде розглянути на рис. 1 її основні напрями впливу на зовнішнє та внутрішнє середовище організації.



Рис. 1 Напрями впливу організаційної культури

Примітки: розроблено авторами самостійно

Організаційна культура пов'язана із споживачами, постачальниками, співтовариствами. На клієнтів вплив здійснюється через працівників, які є одночасно і елементами, і носіями організаційної культури. Споживач за допомогою ставлення працівника до виконання своїх обов'язків, стилю спілкування, бачить, які цінності та поведінка притаманні цій організації, і робить для себе вибір.

Інформація про принципи і цілі діяльності організації сприяє тому, що очак навколишніх організаційна культура постає як сталий імідж організації. Ця інформація презентується у вигляді зовнішніх, матеріальних аспектів життєдіяльності організації. До них можна відноситися: дизайн, форма одягу персоналу, логотип, марка, фірмовий знак.

Організаційна культура має значний вплив на людський світогляд, досить часто корпоративні цінності перетворюються в цінності колективу і особистості. В ідеалі цінності організаційної культури є цінностями більшості працівників.

Психологічний комфорт формується за допомогою сприйняття працівниками діючих в організації цінностей та норм, ототожнення себе з організацією та усвідомлення своєї причетності до спільного завдання.

Отже, досліджений взаємозв'язок між корпоративною культурою організації та конкурентоспроможністю дає змогу в подальшому ефективніше формувати систему управління організацією, опираючись на організаційну культуру, а також зважаючи на зростання значення соціально-культурного чинника для сучасного суспільства створювати організаційну культуру підприємства за допомогою ефективної системи менеджменту.

Таким чином, висока організаційна культура дає можливість отримати «управлінський прибуток», який підприємство отримує не за допомогою відновлення технологій, розширення асортименту, устаткування, а через використання таланту й інтелектуального ресурсу працівників, краще ствердження цілей організації, формування позитивного іміджу підприємства. Тому створення та розвиток організаційної культури сучасного підприємства має бути представлено як програма розвитку організації для зростання її конкурентоспроможності.

Література

1. Захарчин Г. М. Роль організаційної культури в системі управління знаннями / Г. М. Захарчин, Р. М. Захарчин // *Економіка і управління підприємствами*. – вісник ТНЕУ, 2010. – № 1. – С. 111–116.
2. Гавкалова Н. Л. Формування та використання інтелектуального капіталу. Наукове видання / Н. Л. Гавкалова, Н. С. Маркова. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2014. – 252 с.

Борисяк О. В.,
кандидатка економічних наук,
старша викладачка кафедри маркетингу,
Тернопільський національний економічний
університет

ПРОЄКТНИЙ ПІДХІД ДО СТВОРЕННЯ ІНКЛЮЗИВНОГО СЕРЕДОВИЩА ДЛЯ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ ЕНЕРГОСЕРВІСНОЇ КОМПАНІЇ

Відстеження широкоспекторності соціально-економічного розвитку, що супроводжується кластеризацією економіки, альтерглобалізацією процесів, свідчить про зміну світогляду суспільства, формування нових цінностей сталого розвитку. Відповідно до цього, актуальним питанням є зміна підходу до організації системи управління підприємствами, діяльність яких направлена на використання безпечних для довкілля технологій.

Зокрема, енергосервісні компанії характеризуються наданням послуг в основі, яких закладені принципи енергоефективності та енергозбереженості. Організаційна структура таких компаній передбачає наявність комплексу загальних і спеціальних напрямів діяльності (енергоаудит та паспортизації; супровід проєктів, управління ризиками, робота з інвестиціями, управління будівельно-монтажними роботами та ін.). До того ж спектр послуг, які надають енергосервісні компанії визначається специфікою їхнього створення (консалтингові компанії в галузі інженерії та енергоефективності; постачальники енергетичних технологій) [1, с. 50–51].

Водночас трансформація організації маркетингової діяльності і системи управління персоналом таких компаній передбачає створення інклюзивного середовища для формування креативних команд шляхом врахування таких аспектів, як: соціокультурне різноманіття цінностей; синергія різних поколінь працівників; залучення у команду працівників з особливими потребами; моніторинг творчого потенціалу працівників (працівники-митці) та загрози деформації трудової поведінки працівників та ін. У цьому контексті зростає значення проєктної діяльності працівників та формування саме проєктної організаційної структури управління як підприємством, так і персоналом. Такий різновид організації діяльності працівників вважаємо є інклюзивною формою забезпечення інноваційного розвитку енергосервісної компанії.

Загалом процес впровадження проєктного управління на підприємстві характеризується такими перевагами: підвищується відповідальність за кінцеві результати роботи; забезпечується оперативне виконання декількох складних проєктів; забезпечується пріоритет загальних, глобальних цілей організації над частковими, локальними цілями функціонального характеру; децентралізується розв'язання оперативних завдань, що дозволяє забезпечити гнучке й оперативне реагування на зміну зовнішніх і внутрішніх умов; скорочуються терміни розробки проєктів; підвищується оперативність вирішення поточних питань;

підвищується ступінь збалансованості програми робіт із ресурсним забезпеченням проєкту; підвищується об'єктивність оцінки результатів роботи учасників проєкту та ін. [2, с. 41].

У контексті розгляду питання створення інклюзивного середовища для розвитку персоналу енергосервісної компанії, на нашу думку, на відміну від інших форм організації праці, компонентами організації проєктної діяльності є: визначення цілей та їхня узгодженість із завданнями, діяльністю і результатами; чітка визначеність часових рамок виконання (життєвий цикл проєкту) і формування бюджету; підбір у проєктну команду експертів; створення у кінці унікального продукту (послуги) та оцінка рівня досягнення якісних та кількісних показників; розробка стратегії сталості розвитку цього продукту (послуги) після завершення проєкту (на наступні 2–3 роки).

До того ж інклюзивність організації праці в енергосервісній компанії у формі проєктної діяльності ґрунтується на формуванні корпоративного креативного мислення на основі спільного створення бази ідей працівників на підприємстві, спільного пошуку джерел, технологій їхньої реалізації (інвестування проєкту), розробці плану реалізації проєкту та показників сталості його реалізації. У контексті розгляду цього аспекту вважаємо слід наголосити на тому, що саме гнучкість організації проєктної діяльності сприяє диверсифікації можливостей розкриття здібностей працівників, у тому числі з обмеженими можливостями, та їхнє спрямування на інноваційний розвиток підприємства шляхом створення інтелект-хабів, проєктних офісів, бізнес-інкубаторів, офісів інновацій.

Отже, застосування проєктного підходу до організації роботи працівників енергосервісній компанії є основою для створення інклюзивного середовища розвитку персоналу енергосервісної компанії. Такий підхід передбачає використання інноваційних технологій формування персоналу у напрямі зростання диференційованості в організації праці й узгодженості цілей працівників і підприємства. До того ж, інклюзивною перевагою впровадження проєктної діяльності персоналу в енергосервісній компанії є те, що така форма організації роботи фактично звужує сферу класичної (повної) зайнятості та розширює дистанційну (фріланс), гнучку (віртуальну) зайнятість.

Література

1. Борисяк О. В., Брич Б. В., Шпак Я. О. Інноваційні підходи до енергосервісу. *Modern scientific researches*. 2019. Issue 9. Part 2. P. 50–54.
2. *Управління проєктами : навч. посіб.* / П. П. Микитюк, В. Я. Брич, Т. Л. Желюк [та ін.] ; під ред. П. П. Микитюка. Тернопіль : ТНЕУ, 2017. 320 с.

Борисяк О. В.

кандидатка економічних наук,
старша викладачка кафедри маркетингу,
Тернопільський національний економічний
університет

Недогін І. І.,

студентка групи ФБС-32,
Тернопільський національний економічний
університет

ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

В умовах розвитку цифрових технологій формується віртуальне середовище для здійснення підприємницької діяльності. Водночас зростає необхідність у відборі ефективних маркетингових інструментів для просування продукції або послуг. Науковці [1; 2] звертають увагу на дослідження поведінки споживача, використання цифрових каналів комунікації, що сприятиме формуванню та зниженню витрат різних ресурсів підприємства.

Зазвичай рівень організації маркетингової діяльності на підприємстві взаємозалежний із фінансовим розвитком підприємства. Відповідно до цього, актуальним питанням є пошук оптимізаційних каналів фінансування рекламних кампаній. У цьому контексті доцільно розглянути особливості кредитування.

Найбільш популярними в економічній літературі [3-7] є два підходи до визначення характеру кредитування:

- ідентифікація позики із вартістю, переданою від одного суб'єкта господарювання до іншого на основі позики; при такому підході увага дослідника спрямована на саму позику, її юридичну форму, що впливає з позики її економічного змісту;

- ототожнення позики з певним типом економічних відносин, що виникають у суспільстві; такий підхід дає можливість більш глибоко вивчити економічні аспекти позики, економічні чинники її існування, основи та моделі її дислокації [3-7].

При прийнятті рішення залучення додаткового фінансування маркетингової діяльності підприємства за рахунок кредитування доцільно провести аналіз ризиків, особливостей життєвого циклу товарів, поведінки споживачів та конкурентів на ринку. Відповідно до цього, обрати найбільш оптимальний різновид кредитування.

Виділяють такі види позики [3-7]:

- комерційний кредит – товарна форма кредиту; це відносини між продавцями (постачальниками) та покупцями, коли останні отримують відкладені товари чи послуги;

АНТИКРИЗОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ

Існуюча у світі епідеміологічна ситуація, наслідком якої, беззаперечно, стане поглиблення світової фінансової кризи, зачепила всі сфери економіки, зокрема, в першу чергу, негативні наслідки вже відчули підприємства сфери послуг, у тому числі туристичного бізнесу. Фактично, туристичні компанії опинились в ситуації відсутності попиту і пропозиції, враховуючи введення жорстких карантинних заходів по всьому світу, обмеження міжнародного транспортного сполучення та режиму роботи підприємств готельно-ресторанної галузі. Всесвітня рада з подорожей та туризму прогнозує втрату близько 40–45 млн робочих місць в сфері туризму та гостинності через нинішню пандемію, а безпосередньо сектор подорожей скоротиться на 20–25% [2]. Відповідно уже сьогодні перед власниками туристичного бізнесу гостро стоїть питання зменшення витрат підприємств з врахуванням сучасних умов невизначеності, що вимагає у туристичних компаній більше організовано підходити до проблем ефективності власної діяльності.

Виходячи із визначеної актуальності, метою дослідження є визначення механізмів антикризового менеджменту в сфері туристичного бізнесу.

Нарощення рівня невизначеності та непередбачуваності середовища в туризмі в останні десятиліття значно активізували дослідження в галузі антикризового менеджменту. Кризовою вважається будь-яка ситуація, яка має потенціал довгострокового негативного впливу на звичне середовище діяльності [1].

Так, на думку експертів UNWTO та PATA антикризовий менеджмент – це система методів та процедур щодо прогнозування можливих кризових явищ, план дій у період кризи та шляхи відновлення після кризи.

Сфера туризму та гостинності у цілому світі дуже негативно реагує на пандемію через характер бізнесу, який завжди взаємопов'язаний з подорожами людей. Історія показала, що епідемії та пандемії мають негайний вплив на діяльність готельно-ресторанного бізнесу, авіакомпаній, туристичних операторів та агентів тощо через міжнародні обмеження на подорожі, досить панічне висвітлення епідеміологічної ситуації в ЗМІ та жорсткі заходи урядів різних країн. Сьогодні туристична галузь є однією з найбільш постраждалих від спалаху епідемії коронавірусу COVID-19, який впливає як на попит, так і на пропозицію, що представляє собою додаткові ризики галузі в умовах ослаблення світової економіки, соціальної та торговельної напруженості, а також нерівномірних можливостей серед основних виїзних ринків для подорожей.

Беручи до уваги розвиток ситуації, що склалася, оцінити остаточний вплив епідемії коронавірусу COVID-19 на міжнародний туризм в теперішній

час є неможливо. Для своєї первісної оцінки експерти сфери туризму та, зокрема, Всесвітня туристська організація (UNWTO) орієнтується на сценарій інших пандемій, які були у світі, зокрема, пандемії SARS (*Severe Acute Respiratory Syndrome*) 2002–2003р. як орієнтир, враховуючи розмір та динаміку глобальних подорожей та поточні перебої, географічне поширення нового вірусу та його потенційний економічний вплив. Так, за прогнозами та оцінками UNWTO, загальна кількість прибутків міжнародних туристів у 2020 році може знизитися на 1–3%, що менше від прогнозованого зростання на 3–5% на початку січня 2020 року. Така динаміка може призвести до втрати міжнародних надходжень від туризму від 30 до 50 мільярдів доларів США. Наразі, як очікується, найбільше постраждають Азіатський і Тихоокеанський регіони (зменшення міжнародних прибутків туристів на 10–15%, що нижче від прогнозу на 5–7% на початку січня 2020 року) [3]. Оцінки в інших регіонах світу на сьогодні не надаються, враховуючи динаміку та мінливість розвитку епідеміологічної ситуації. Так, зокрема, спалах COVID-19 спричинив суттєву кризу в італійському туризмі – скорочення на 50% у своєму секторі. Бронювання, а їх сотні, було скасовано, а майбутні бронювання значно зменшилися до кінця весни. Вплив на сферу туризму в інших країнах Європи та світу також буде суттєвим.

Міжнародні перевізники також не є виключенням з цієї катастрофи, що сталась. Різке падіння попиту матиме вплив на всіх авіа, автобусних та залізничних перевізників. За оцінками IATA (*International Air Transport Association*), коронавірус спричинить зниження пасажирського руху у світі майже на 5% та втрату пасажирів в межах 25–30 мільярда доларів [4]. Великі негативні економічні наслідки також матиме скасування ряду міжнародних туристичних виставок та салонів по всьому світу.

Враховуюче вище сказане, можна відзначити, що саме антикризовий менеджмент як система принципів і методів розробки, запровадження та реалізації керівництвом туристичних компаній комплексу спеціальних управлінських рішень, які будуть спрямовані на попередження та подолання кризових явищ на підприємстві одним із завдань ставить збереження конкурентного становища на ринку.

В умовах епідеміологічної загрози та економічної кризи пріоритети антикризового менеджменту в туристичному бізнесі можна визначити наступним чином:

- визначити конкурентні переваги і фактори цінності компанії – зробити на них акцент;
- якість обслуговування – ні за яких умов непотрібно жертвувати якістю;
- оптимізація витрат – переглянути бізнес-модель, домогтися максимальної операційної ефективності ресурсів;
- нові можливості – визначити ключові фактори зростання після кризи, продовжувати інвестувати в інновації і імідж компанії, мислити стратегічно.

Необхідно підкреслити можливість використання рекомендованих напрямків в сукупності, а не окремо один від одного – тільки в цьому випадку можливе досягнення максимального ефекту.

Враховуючи вищезазначене, конкретизуємо складові механізму розробки та впровадження антикризових заходів підприємств туристичної сфери:

- стимулювання споживчого попиту в межах внутрішнього туризму;
- вибір надійних партнерів (співпраця тільки із надійними партнерами);
- скорочення витрат і мінімізація ризиків, удосконалення і підвищення ефективності бізнес-процесів, підвищення якості послуг.
- впровадження нових можливостей інтернет-технології – удосконалення сайту компаній, повний перехід на електронний документообіг, оптимізація роботи в месенджерах та соціальних мережах;

Виходячи з вищевикладеного, слід відзначити, що криза – це не катастрофа, а фаза етапного історичного розвитку. Стадія кризи – це вдалий час для оптимізації внутрішньої структури компаній, пошуку нових можливостей та активних заміन застарілих шаблонів розвитку бізнесу на більш ефективні і перспективні.

За попередніми прогнозами вчених, пандемія коронавірусу в світі повинна закінчитися до середини липня поточного року. Відповідно до цього запуск механізму антикризових заходів туристичним підприємствам необхідно здійснити в найближчий час задля можливості ефективного продовження діяльності на ринку. Саме малий та середній бізнес, який складає 70–80% ринку туристичних послуг, знаходиться в зоні найбільшого ризику, але одночасно є найбільш гнучким та здатним адаптуватися до поточної ситуації за умов грамотного управління. Результативно проведені антикризові заходи зможуть не лише нівелювати наслідки кризових тенденцій, але і утворять основу для збільшення конкурентного потенціалу сфери туризму і гостинності.. Завдяки сталій економічній природі та глибокому соціальному впливу сфера туризму має виняткову позицію для того, щоб допомогти суспільству повернутися до стабільності та зростання після закінчення пандемії COV-19, що буде можливим за умови збереження як ключових учасників ринку, так і малих компаній, які, власне, і складають ринок туристичних послуг.

Література

1. *Crisis Management in Tourism* / Eric Laws, B. Prideaux, K. S. Chon // CABI, 2006. – 410 p.
2. *COVID-19: : UNWTO Calls on Tourism to be Part of Recovery plans* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.unwto.org/news/covid-19-unwto-calls-on-tourism-to-be-part-of-recovery-plans>.
3. *Impact assessment of the COVID-19 outbreak on international tourism* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism>.
4. *Tounta P. Pandemic 2020: The impact on tourism and the shadowy points* / P. Tounta [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.traveldailynews.com/post/pandemic-2020-the-impact-on-tourism-and-the-shadowy-points>.

Гладка Х. Ю.,
магістр кафедри міжнародного туризму і
готельного бізнесу,
Тернопільський національний економічний
університет

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ НА ЗАРУБІЖНИХ РИНКАХ

На етапі переходу економіки України до нових ринкових умов господарювання значна роль відводиться формуванню маркетингової політики комунікацій різних підприємств. Особливе значення в цих умовах займає реклама в системі рекламних комунікацій будь-якого підприємства як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку. Успішно виконана рекламна кампанія може допомогти підприємству збільшити власну впізнаваність на ринку і вирізнити себе в конкурентному середовищі, за допомогою неї можна досягнути більш повного і довготривалого ефекту рекламного впливу на покупців.

Рекламна кампанія – це важкий процес, який вимагає попереднього детального планування всіх її стадій, кожна з яких вирізняється своєю специфікацією [1, с. 59].

Організація міжнародної рекламної кампанії вважається однією з найголовніших складнощів в роботі міжнародного маркетингу. Причиною цього є те, що кожна окрема держава має свої особливості, які роблять значний вплив на процес реалізації дій, які мають відношення до реклами.

Загалом стадії розробки рекламної кампанії для внутрішнього і зовнішнього ринків є схожими. Істотна різниця полягає в потребі дослідження ринку інших держав для того, щоб рекламодавець зумів кваліфікувати, на якому із зовнішніх ринків йому доцільніше запустити рекламну кампанію.

Ця різниця обумовлена, головним чином, наступними факторами: культурою та її розвитком, мовними особливостями, економічною ситуацією, наявними законами, присутністю способів поширення глобальної реклами, наявною конкуренцією [2, с. 14].

Розвиток культури має дуже велике значення в будь-якій сфері життєдіяльності. У культурі формується світогляд, цінності та моральні норми. При підготовці кампанії для реклами на міжнародному ринку, необхідно розробляти свій слоган для кожної окремої країни, вибрати відповідні формулювання, стилістичні звороти, колірну гамму і багато іншого. Всі ці фактори повинні найбільш ефективно реалізовувати цілі, які стоять перед кожною окремою рекламною кампанією в кожній окремій країні.

Щодо мовних відмінностей, то важливо пам'ятати, що один і той же слоган або рекламний текст може звучати красиво і бути ефективним в одному мовному варіанті, а в іншому буде не просто невідповідним, а навіть неприйнятним. Важливо ретельно вивчити і підбирати рекламну кампанію під реалії кожної окремої держави.

Залежно від рівня розвитку економіки в різних країнах знаходиться і купівельна спроможність людей, які в ній живуть, а також дуже відрізняється забезпеченість тими чи іншими товарами і послугами. Через це не всі мають однаковий доступ до джерел міжнародної реклами. Більшість країн регламентують рекламну діяльність юридичними інструментами. У зв'язку з цим в різних країнах існують специфічні обмеження на ті чи інші види реклами, лексику і мову, які в ній використовуються [3, с. 11].

У різних країнах по-різному розвивається конкуренція. У кожній країні існує ряд компаній, які просувають свою систему просування того чи іншого товару на ринку. Не дивлячись на це, бувають ситуації, коли цим компаніям доводиться підлаштовуватися під умови, які диктує сфера конкуренції. Всі перераховані вище і багато інших аспектів, які впливають на особливості ведення реклами в кожній окремій країні, створюють складнощі тим, хто поширює товар і тим, хто його виробляє.

У зв'язку з цим важливо застосовувати принципи стандартизації і систематизації в сфері рекламної діяльності кожної окремої держави з метою найбільш продуктивного балансу.

Організація міжнародної рекламної кампанії вважається однією з найголовніших складових в роботі міжнародного маркетингу. Причиною цього є те, що кожна окрема держава має свої особливості, які роблять значний вплив на процес реалізації дій, які мають відношення до реклами.

Література

1. Руденко Д. *Оценка эффективности рекламных компаний: путь разумного вложения средств. Маркетинг и реклама, 2007. № 7–8. С. 59–64.*
2. Божкова В. В., Суярова О. *Оптимізація ефективності заходів рекламної кампанії. Вісник СумДУ. 2017 р. С 14–15.*
3. Головкина Н. В. *Оманлива реклама: Світова практика контролю. Маркетинг в Україні, 2003. № 1. С. 11.*

УДК 339

Грицевич В.Є.,
магістр кафедри міжнародного туризму і
готельного бізнесу,
Тернопільський національний економічний
університет

ПРОСУВАННЯ БРЕНДУ ЗА ДОПОМОГОЮ ЗАСОБІВ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ

В умовах глобальної конкуренції, інформаційні технології сприяють виникненню нових видів бізнесу і нових методів просування бренду компанії, як на внутрішні, так і на зовнішні ринки. Процес просування бренду вимагає формування точно вивіреної стратегії, що забезпечує створення конкурентних переваг бренду компанії.

Поняття «просування бренду» прийнято тлумачити як комплекс заходів, спрямованих на підвищення впізнаваності бренду, пошук цільової аудиторії та популяризацію торгової марки, яка у вигідному світлі зможе продемонструвати значущість бренду і його переваги перед конкурентами.

В умовах ведення сучасного бізнесу, недостатньо створити якісний товар або послугу. Необхідно скористатись різними інструментами і методиками для просування бренду. Правильно підібрана система способів просування бренду – запорука успішної діяльності компанії. При просуванні бренду необхідно використовувати репутацію і показувати переваги, які відрізняють конкретну торгову марку від конкурентів.

Визначившись зі стратегією просування бренду на окремому ринку, перед компанією постає цілий арсенал інструментів, які вона може використати для досягнення поточних цілей та перспективних тактичних та стратегічних завдань. Серед основних інструментів цифрового маркетингу, варто виділити:

1. Корпоративний сайт.
2. SEO-просування або пошукова оптимізація. Метою даного інструменту є виведення веб-ресурсу бренду на лідерські позиції у пошуковій видачі.
3. Контекстна реклама. Цей інструмент являє собою банери та текстові рекламні оголошення, які розміщені безпосередньо під пошуковою видачею або збоку від видачі та виводиться по конкретних запитах.
4. SMM або маркетинг у соціальних мережах. Метою даного методу є взаємодія з потенційними чи реальними клієнтами компанії через неформальне середовище у соціальних мережах.
5. Медійна реклама. Засобами даного методу є інтерактивні рекламні сповіщення, які можна знайти на сторінках веб-ресурсів.
6. Крауд-маркетинг. Цей інструмент вважають своєрідною галуззю партизанського маркетингу, а його мета – просування бренду шляхом формування позитивного образу на довірених майданчиках.
7. Емейл-маркетинг. Найдешевший інструмент в арсеналі вебмайстера-маркетолога, який дозволяє відносно швидко конвертувати потенційних клієнтів, які про це ще не здогадуються, в реальних [1].

Усі перераховані інструменти у сумі перетворюються у комплексний цифровий маркетинг, який дозволяє поєднувати ефективні прийоми брендингу з ростом продажів компанії та прибутку від ведення діяльності онлайн.

Література

1. *Брендинг і методи просування бренду компанії в Інтернеті. Управление репутацией в cemu.* URL: <https://yeella.com/seo/post/brending-i-metody-prodvizheniya-brenda-kompanii-v-internete> (дата звернення: 9.05.2020).

Коруц У. З.,

к.ю.н., доцент, доцент
кафедри цивільного права та процесу,
Тернопільський національний економічний
університет

Кучмій А. М.

студент I курсу магістратури
юридичного факультету,
Тернопільський національний економічний
університет

ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ РЕЙДЕРСТВА ТА ЙОГО СУТНІСТЬ В УКРАЇНІ

Корпоративне рейдерство в Україні явище, яке часто згадується і доволі широко обговорюється, шкодить економіці держави, перспективам співробітництва із іноземними партнерами тощо. Рейдерством називають ланцюжок операцій, що за допомогою прогалин в законодавстві дозволяють зловмисникам отримати у володіння певний капітал. При цьому відбувається виведення активів з володіння законних власників.

Розвиток рейдерства в Україні можна умовно поділити на два періоди. Перший період (початок 90-х років – 2000 р.) характеризувався захопленням підприємств кримінальним шляхом, дуже часто із застосуванням фізичного насилля. Другий (2000 р. – до сьогодні) – напівлегальними методами захоплення підприємств та законними методами боротьби з рейдерством [1].

У сьогоднішніх умовах спеціалісти поділяють рейдерів на «білих» і «чорних». «Білі» рейдери діють методом корпоративного шантажу в рамках чинного законодавства. В нашій країні вони трапляються доволі рідко і є більш характерними для країн із розвиненою економікою та високою бізнес-культурою. «Чорні» рейдери для отримання результату використовують кримінальні методи (захоплення, підробка документів, реєстрація компаній на підставних осіб, підкуп силових структур, чиновників, суддів і судових виконавців, фізичне усунення неvigідних осіб).

Законодавство України не містить такого визначення, хоча поняття «рейдерство» досить широко використовується, в тому числі, і державними органами. Отже, рейдерство це поглинання підприємства або інше встановлення контролю над його активами проти волі його власника або керівництва. Сам термін «рейдер» прийшов з США, де «рейдерами» називають атакуючу сторону в процесах злиття і поглинань. Проте в українських реаліях дане поняття набуло істотно іншого змісту. В Україні, як правило, під рейдерством розуміється недружнє поглинання підприємства або активів, яке проводиться за допомогою незаконних дій – підробки документів, змови з керівними органами підприємства або органами державної влади, силового захоплення та інших незаконних дій [2].

Зважаючи на те, що аграрний сектор посідає вагоме місце в економіці України його представники стають жертвами рейдерських захоплень. Такими жертвами стають у значній мірі середні фермери, що мають у своєму володінні понад 500 гектарів землі. Хоч іноді це стосується і великих агрокомпаній, адже конкуренція серед них є доволі жорсткою.

У цій сфері рейдерство полягає у вилученні майна на нібито законних підставах, в основі виникнення яких лежать прогалини в законодавстві або системні недоліки функціонування державних органів. Схема такого захоплення відбувається за допомогою набуття сумнівними шляхами тимчасового права розпоряджатися активами та як найшвидшим продажом цих активів пов'язаних із рейдером особам з наступним перепродуванням вилученням активів між пов'язаними особами, маючи на меті завадити їхньому поверненню законним власникам.

Для проведення таких дій рейдери попередньо проводять активну аналітичну підготовку, що включає в себе кілька етапів своєчасне реагування на які можуть запобігти протистоянням із рейдерами [3].

По-перше, інформація про зареєстровані права оренди земельних ділянок в Україні знаходяться у вільному доступі. За допомогою державного реєстру знаючи назву агрокомпанії будь-хто має доступ до інформації про розмір земельного банку, місцезнаходження земельних ділянок тощо. Також у відкритому доступі є державний реєстр юридичних осіб із даними про засновників, їх частки у статутному капіталі, керівника розмір статутного фонду тощо. Отже, можемо сказати, що в силу легко доступності інформації про агрокомпанію будь-яка із них може стати об'єктом зацікавленості рейдерів.

По-друге, доступ до необхідних документів для захоплення активів отримується за допомогою перевірок контролюючих органів, запитів про надання документів від інших державних органів, організацій, фондів тощо. Широко використовується практика запитів від акціонерів, учасників компанії. Отже, для запобігання рейдерським захопленням потрібно контролювати документообіг та намагатися не надавати стороннім особам конфіденційну інформацію.

По-третє, слід приділити увагу моніторингу активам, адже за допомогою онлайн реєстрів можна отримати актуальну інформацію про власників активів або зміни в структурі власності. Моніторинг активів забезпечить оперативне реагування на протиправні дії третіх осіб. Важливим моментом є моніторинг за договорами оренди землі, відслідковування закінчення строків оренди та своєчасного їх продовження, адже на практиці часто виникають проблеми саме у випадку неуважності аграріїв по відношенню до укладання та продовження таких договорів.

По-четверте, значну увагу варто приділяти внутрішній безпеці компанії. Важливим моментом є навчання персоналу, співробітники мають чітко знати як діяти в тій чи іншій ситуації, правильна і своєчасна реакція персоналу надає змогу забезпечити захист активів і надати час для планування майбутньої стратегії [4].

Отже, дотримання вище наведених правил поведінки компанії забезпечить захист активів від протиправних посягань та допоможе їм протистояти. Також потрібно розуміти, що рейдерські схеми постійно змінюються і йдуть в ногу з змінами в законодавство, відповідно процес аналізу слабких місць і потенційної небезпеки має бути безперервним і тільки в такому випадку може бути ефективним.

Література

1. Антирейдерська комісія мін'юсту за 10 місяців цього року задовольнила понад півтисячі скарг URL: <https://minjust.gov.ua/news/ministry/antireyderska-komisiya-minyustu-za-10-misyatsiv-tsogo-roku-zadovolnila-ponad-pivtisyachi-skarg>.
2. Борка Я. Як захистити агробізнес від рейдерства 14.08.2018 URL: <http://yur-gazeta.com/publications/practice/zemelne-agrarne-pravo/yakzahistiti-agrobiznes-vid-reyderstva.html>.
3. Обережно, рейдери! 5 ознак, що на агрокомпанію готується напад URL: <http://uacouncil.org/uk/post/oberezno-rejderi-5-oznak-so-naagrokompaniu-gotuetsa-napad>.
4. Концевич О. К. Боротьба з рейдерством в Україні: основні схеми здійснення та шляхи подолання URL: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=71683>.

УДК 338.48

Ладичук М. П.,
викладач-методист,
Самбірський технікум економіки та
інформатики

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В КАРПАТСЬКОМУ ЄВРОРЕГІОНІ

Туристична галузь, на сьогодні дедалі набуває більшого значення для розвитку економіки та соціальної сфери. Розвиток даної галузі впливає на такі сектори економіки, як транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів широкого вжитку. Туризм зумовлює збільшення доходної частини бюджету за рахунок податків, що можуть бути прямими або непрямыми. Крім цього туризм має широкі можливості для залучення іноземної валюти і різного роду інвестицій, забезпечує зростання доходів населення та підвищення рівня добробуту нації [4, с. 42].

Але позитивний вплив туризму на економіку держави відбувається тільки у тому випадку, якщо він розвивається всебічно тобто не перетворює економіку країни в економіку послуг. Іншими словами, економічна ефективність туризму передбачає, що він в державі повинен розвиватися паралельно і у взаємозв'язку з іншими галузями соціально-економічного комплексу.

Важливим фактором розвитку туристичного бізнесу на Самбірщині та Карпатського Єврорегіону є природно-рекреаційний та історико-культурний потенціал даної місцевості. Тут знаходиться одна з найгарніших полонин гірської Львівщини – Буковецька полонина, в східній частині якої височить найвища вершина області г. Пікуй.

Мальовничим екскурсійним куточком є витік річки Дністер. Через всю територію району протікає головна його водна артерія р. Стрий, де є хороші місця для купання, ловлі риби і відпочинку.

Туристично-екскурсійними об'єктами є історичні місця. Особливістю Самбора є підземні квартали, які сполучені між собою переходами, що проходять під ратушею, костелом, а також виходять за його межі.

Перлиною древнього міста Самбора є концертний зал органної та камерної музики, розміщений у колишньому бернардинському костелі Св. Станіслава. Тут виконують класичні твори («Адажіо» Альбіоні або «Мелодію» Скорика) [1, с. 86].

Ще один орган, розташований у діючому костелі Івана Хрестителя. Це визначна пам'ятка архітектури всеукраїнського значення. Цей храм був побудований у XVI ст. (початком будівництва вважається дата, зазначена над входом у храм, – 1530).

У Самборі є ще одна туристична принада. Це греко-католицька церква Різдва Пресвятої Богородиці, збудована у 1737 році. Приваблює туристів вона мощами всім нам відомого Св. Валентина. Але віруючих людей церква приваблює передусім чудотворною іконою Самбірської Божої Матері.

На території Самбірського району також збереглося чимало пам'яток архітектури [1, с. 125]. Серед них є чотири загальнодержавного значення: Вознесенський костел (1728 р.) з баштою-дзвіницею (XVII–XVIII ст.) у м. Рудки; церква Св. Духа із дзвіницею (1671 р.) в с. Викоти; церква Різдва Пресвятої Богородиці (1634 р.) із дзвіницею (1850 р.) в с. Зарайське; церква Св. Трійці (1671 р.) з дзвіницею (XIX ст.) в с. Мала Білина.

Старосамбірщина – мальовничий куточок. Дивовижне поєднання горбистих межі гір і широких річкових долин, край контрастів гірського і рівнинного рельєфу, мереживо річок і потоків. У районі можна побачити десятки унікальних мурованих храмів, костелів, дзвіниць, придорожні каплиці. А також цікавими місцями та туристичними об'єктами Старосамбірщини є:

- с. Лаврів – найдавніший в Галичині оборонний Лаврівський Василіанський монастирський комплекс, церква св. Онуфрія XVII ст., поховання князя Лева (засновника міста Львова), фрески XV ст.;

- м. Хирів – перша згадка про місто 1374 р., один з найкращих закладів Європи – колегіум єзуїтів;

- с. Муроване – залишки замку Мнішеків (XVI ст.).

На Турківщині можна побачити місця першої присяги підрозділів УПА на вірність Україні і своєму народу, залишки військових городищ і сторожових поселень Київської і Галицько-Волинської держави. Привабливими для туристів є гірські хребти: Верховинський вододільний, Розлуцький, Високий Верх, Магура Лішненська, Мінгол Зубрицький, Шимонець, Клевець, Звіринець та інші.

Захоплюючими для мандрівників є самі бойківські села, які гірляндами розкинулися вздовж річок і потоків. У багатьох з них є чудові пам'ятки історії і архітектури. Про їх унікальність свідчить той факт, що для музею народної архітектури і побуту у Львові вибрано було ще у 1930 році церкву Пресвятої Богородиці з села Кривка, Церква була збудована у 1793 році. У цьому ж музеї є і дерев'яна курпа бойківська хата з села Либохора, збудована у 1812 році.

Для ефективного розвитку туризму потрібно підібрати відповідний персонал (кваліфікований у галузі туризму), який зумів би розробити вірні маршрути, здійснити ефективну рекламну діяльність, запропонувати різні анімаційні програми (н – д: запропонувати старовинну бойківську культуру і традиції, насамперед ремісничі та кулінарні. Про гуцульську кухню відомо дуже багато, а хто знає про кухню бойківську? Усі знають Говерлу та Карпати довкола Буковелі. А хто хоч раз бував у наших, Старосамбірських Карпатах...)

Можна запропонувати фото-тури. Професійні фотографи та аматори відправляються в найбільш мальовничі місця, щоб відобразити їх на знімках і отримати безцінний досвід.

Є шість основних речей, які необхідні для стабільного розвитку туристичного бізнесу як в Україні, так і Карпатському Єврорегіоні.

По-перше, це якісне відновлення та облаштування пам'яток. Зараз безліч замків, маєтків та інших цікавих об'єктів розсипається та перетворюється на пил. Нагадаємо ще раз про замок в с. Мурованому, точніше руїни замку. Цей замок є одним з найстаріших замків України, за ним не доглядають, і з цього часу не реставрували його жодного разу. Чому так? Чому б не відреставрувати його? Що мішає? От, наприклад, як замок в Красічині в Польщі. Цей замок стоїть там ще з часів раннього середньовіччя, і зараз він в ідеальному стані. Тому й туристам цікаво відвідувати цей замок, їдучи на екскурсію.

По-друге, держава має якщо не підтримувати, то принаймні діяти за принципом «не нашкодь». Приклад шкідництва – будівництво гідроелектростанції на Дністрі та інших річках, що зменшує туристичну привабливість регіону[1, с. 182].

Ще одна проблема – інфраструктура. Загальна інфраструктура (дороги, водопостачання, водовідведення), та недостатній рівень розвитку комунікаційної інфраструктури (рівень телефонізації та зв'язку, інформатизації та доступу до мережі Інтернет, транспортного сполучення).

По-четверте, потрібен сучасний сервіс. Сервіс – це не просто частина словосполучення, або натягнута усмішка на обличчі офіціанта.

Проблема також у недостатньому медійному супроводі невідомих туристичних місць. Зараз здебільшого розкручуються популярні місця, а менш відомі зовсім не потрапляють до різноманітних рейтингів.

Щоб туризм у Самборі та Карпатському Єврорегіоні відбувся, потрібні зусилля центральних органів виконавчої влади, сильні позиції на місцях і потужна підприємницька активність, причому остання важливіша за решту.

Література

1. Машура Г. М., Каднічанський Д. А. Самбір і Самбіричина. Краєзнавчий нарис / Науково-популярне видання / Дрогобич // КОЛО – 2005.
2. Охріменко А. Г. Проблеми та перспективи залучення інвестицій в туристичну сферу в рамках Європейської інтеграції України / А. Г. Охріменко, І. Я. Антоненко // Фондовий ринок. – 2010. – № 16. – С. 28–32.
3. Подорожний Г. Шляхом чи стежиною піде український туризм після ухвалення нового закону про нього / Г. Подорожний // Дзеркало тижня. – 24 січня. – 2004. – № 3.
4. Туризм у 21 столітті: глобальні тенденції і регіональні особливості. – К.: Вид-во КУТЕП. – 2012. – 235 с.

Легкий О.А.,

к.е.н., ст. викл. кафедри міжнародних
економічних відносин,

Тернопільський національний економічний
університет

ОСНОВНІ АСПЕКТИ АВТОМАТИЗАЦІЇ E-MAIL МАРКЕТИНГУ

Email-маркетинг – один з інструментів цифрового маркетингу, сутністю якого є комунікація бізнесу (чи організації некомерційного характеру) з передплатником або клієнтом за допомогою електронної пошти з метою формування відповідного позитивного ставлення (концепція «маркетингу взаємин») і/ або здійснення продажу. Розсилання через e-mail може бути виконане в найкоротші терміни і дозволяє охопити велику цільову аудиторію.

За даними Campaignmonitor, ROI – віддача від інвестицій – від каналу email, в залежності від галузі, складає 3800%–4000%, інакше кажучи, кожен витрачений долар в середньому приносить 38–40 доларів прибутку для бізнесу [1].

Зазвичай базу адрес збирають на сайтах через форму підписки, іноді компанії мають готову базу своїх наявних клієнтів, в тому числі і з «офлайну». Категорично не рекомендується (і забороняється згідно чинного законодавства) купувати готову базу даних (за винятком випадків, коли вона була зібрана у осіб, які давали згоду на передачу контактних даних, для прикладу, для участі у різного роду дослідженнях, фокус-групах тощо).

Досить часто, коли оформляють підписку, то пропонують якусь певну знижку за факт передачі адреси електронної пошти. Це не завжди ефективно, бо незрозуміло наскільки люди готові купувати продукт чи послугу в цей момент.

Тому однією із рекомендацій виступає пропозиція корисного контенту. До прикладу, клієнт, який хоче купувати кухню, буде зацікавлений в усіх нюансах, які чекають його в процесі вибору, замірів, купівлі, монтажу тощо. І саме контентом із такого роду інформацією клієнт залучається найкраще.

Ще один варіант збору бази через використання онлайн-івентів (заходів). На сьогодні реєстрація на вебінари стала досить звичним явищем для користувачів в мережі. В середньому дохідність такого роду подій становить 15–30%, проте конверсія вебінарних лендінгів сягає і 70%: тобто близько 70% відвідувачів залишають власний e-mail, з якими потім варто працювати, незалежно від того, чи підключаються вони на вебінар, та чи зацікавляться товаром-апселом, якщо такий пропонується під час події.

Доволі важливим етапом оптимізації email-маркетингу є впровадження розсилки по сегментах. Розподілити клієнтів доцільно за співвідношенням в контексті кількості і частоти купівель, інтегрувавши систему e-mail розсилання із CRM-системою (табл. 1).

**Оптимальна загальна сегментація бази e-mail в контексті даних
із CRM-системи**

Сегмент	Опис <i>(з розрахунку на середні показники e-комерції)</i>	Дія
Нові клієнти	Здійснили від 0 до 1 купівлі за останній місяць	Ефективним контактом з таким клієнтом буде серія welcome-листів
Перспективні клієнти	Здійснили до 3 купівель за останні 2 місяці	Заохотити системою лояльності, особливого членства тощо
Інертні клієнти	Купували, але давно	Ефективним контактом будуть листи зі знижками
Лояльні клієнти	Здійснили декілька купівель за останні 3 місяці	Ефективне заохочення таких клієнтів через цікаві персоніфіковані пропозиції: продукти, послуги тільки для них, щось ексклюзивне
Клієнти у «зоні ризику»	Здійснювали купівлю впродовж 3 місяців	Реактиваційні листи. Можна спробувати зацікавити новими продуктами чи послугами. Також залучення дзвінків та особистого менеджера
Загальна база – «Сплячі» клієнти	Ефективно надсилати листи раз в тиждень/місяць, але з найкращою і найцікавішою інформацією про компанію, новини, івенти	

Примітка: сформовано автором за матеріалами [1; 2, с. 143]

Таким чином рекомендації можна узагальнити наступними тезами:

1. Підписувати відвідувачів сайту варто не за допомогою знижки, а використовуючи корисний та цікавий контент, доступ до якого відкривається після надання адреси електронної пошти (стратегія так званого «лід-магніту»). Досить часто компанії практикують прийом «безкоштовний крок назустріч клієнту», що передбачає, припустимо, безкоштовні заміри чи калькулювання витрат.

2. Впровадженням розсилання за сегментами в залежності від «теплоти» клієнта для того можна довести email-маркетинг до оптимальних показників ефективності завдяки автоматизації.

Література

1. 7 Email Benefits To Grow Your Business. CampaignMonitor. URL: <https://www.campaignmonitor.com/resources/guides/why-email/> (Last accessed: 12.05.2020).
2. Dodson I. The Art of Digital Marketing: the definitive guide to creating strategic, targeted and measurable online campaigns. New Jersey: Wiley, 2016. 385 p.

Липовецька Х. Р.,

бакалавр, студентка факультету економіки та управління
Тернопільський національний економічний університет

Флейтута Х. І.,

бакалавр, студентка факультету економіки та управління
Тернопільський національний економічний університет

МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

При сьогочасних умовах інформаційної ери ХХІ ст. інформаційна безпека, з кожним днем, відіграє все більш вагому роль, а питання її забезпечення стає все загостреним. Перед підприємствами, установами та організаціями постає завдання не лише збереження матеріальних цінностей, але й інформації, зокрема відомостей, що становлять комерційну або державну таємницю.

На жаль, менеджмент вітчизняних підприємств недостатньо приділяє уваги захисту інформаційно-комунікативних систем. Головними причинами є неусвідомлення можливих наслідків кібератак та значні капіталовкладення на створення системи захисту інформаційних ресурсів.

Інформаційна безпека являє собою комплексну систему, завдання якої не допустити витоку конфіденційних відомостей технічними каналами, а також перешкодити сторонньому доступу до носіїв інформації. Тому не випадково питання інформаційної безпеки вже почало входити до числа головних пріоритетів менеджменту вітчизняного бізнесу і починають усвідомлювати реальну небезпеку ризиків, пов'язаних з інсайдерською інформацією.

Можливість зовнішнього і внутрішнього втручання в інформаційну систему підприємства може вплинути на викривлення таких параметрів інформації, як конфіденційність, цілісність, доступність, достовірність та ін. Це може привести до негативних наслідків у діяльності підприємства (збоїв у функціонуванні систем управління технологічними та управлінськими процесами; розголошення відомостей; порушення достовірності фінансової звітності; несанкціонованого доступу до бази даних підприємства; викривлення публічної інформації тощо) [2].

Для ефективного управління інформаційною безпекою доцільно створювати комплексну систему, яка повинна включати засоби, підсистеми, програмну та технічну частини, автоматизовану систему обробки інформації, методи оцінки інформаційної захищеності підприємства (рис. 1).

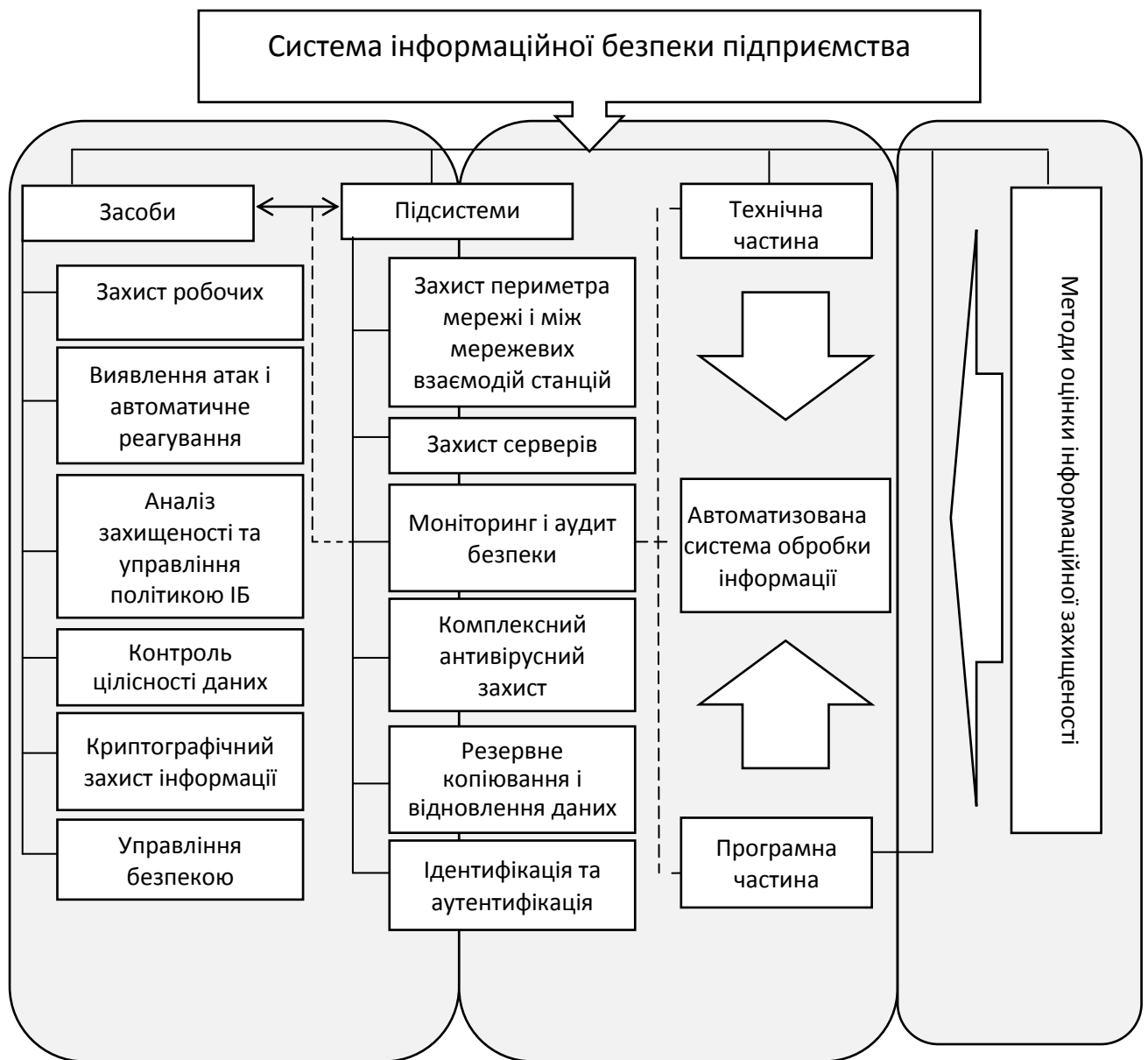


Рис. 1. Структура інформаційної безпеки підприємства [1].

Інформаційна безпека підприємства включає сукупність напрямів, методів, засобів і заходів, що знижують вразливість інформації і перешкоджають несанкціонованому доступу до інформації, її розголошенню або витоку.

Відтак, інформаційна безпека на підприємстві забезпечується методами, які можна об'єднати у 3 групи: правові, організаційно-технічні та економічні.

Організаційно-технічні методи інформаційної безпеки включають: систему забезпечення інформаційної безпеки і технічних засобів; розробку, експлуатацію і вдосконалення вже наявних засобів захисту інформації; перманентний контроль над дієвістю заходів, що проводяться в галузі забезпечення інформаційної безпеки. Правові методи безпеки складаються з: ліцензування діяльності в частині забезпечення інформаційної безпеки; сертифікації технічних засобів інформаційного захисту; атестації об'єктів інформатизації згідно відповідності нормам інформаційної безпеки. Третя складова, економічна, включає: складання програм по забезпеченню інформаційної безпеки; визначення джерел їх фінансового забезпечення; розробку порядку фінансування; створення механізму страхування інформаційних ризиків [2].

Захист інформаційних ресурсів підприємства є одним з ключових завдань в умовах підвищення рівня внутрішніх і зовнішніх загроз інформаційної безпеки, що можуть безпосередньо вплинути на його фінансову діяльність і стійкість на ринку. Щоб зберегти бізнес, розвиватися і бути конкурентоспроможним, підприємствам необхідно створити ефективну систему управління інформаційною безпекою.

Література

1. Герасименко О. В., Козак А. В. *Інформаційна безпека підприємства: поняття та методи її забезпечення*. 2015. № 2.
2. Северина С. В. *Інформаційна безпека та методи захисту інформації*. Вісник Запорізького національного університету. 2016. № 1. С. 155–160.

УДК 338.48

Нагара М. Б.,

к.е.н., доцент кафедри міжнародного туризму
і готельного бізнесу,
Тернопільський національний економічний
університет

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ: ІННОВАЦІЙНІ ЗАСАДИ

На сучасному етапі підприємства туристичної галузі відчують брак фінансових ресурсів, а також сфера туризму характеризується невисоким рівнем якості туристичних послуг, реалізація яких здійснюється за застарілими технологіями і на застарілій матеріально-технічній базі, що не відповідають сучасним світовим стандартам.

Для підвищення ефективності діяльності туристичних підприємств України необхідно: впровадження інноваційної моделі розвитку підприємств туристичної галузі України; створення сприятливих умов для залучення інвестицій в розбудову підприємств туристичної галузі; створення сучасної, конкурентоспроможної інфраструктури туристичної сфери; підтримка розвитку внутрішнього та іноземного туризму, що забезпечить приток іноземного капіталу, дозволить залучати іноземні інвестиції в туризм; рекламування інвестиційних можливостей туристичних підприємств України.

В умовах низького рівня інноваційної та інвестиційної активності підприємств туристичної галузі, для розв'язання наведених вище завдань і подолання негативних явищ в туристичній індустрії України, необхідно створення та поступова реалізація інноваційно-інвестиційного механізму, який би відповідав сучасним економічним і соціально-політичним реаліям в туризмі, а також забезпечив приплив капіталу в дану галузь для підвищення конкурентоздатності вітчизняних туристичних підприємств. Тому, визначення

змісту інноваційного механізму підвищення ефективності туристичних підприємств та його складових, які б у загальній своїй дії забезпечували його ефективність, є надзвичайно важливим завданням.

Виходячи з цього, інноваційний механізм підвищення ефективності підприємств туристичної галузі – це сукупність форм, методів, інструментів та важелів, що дають змогу активізувати інноваційно-інвестиційну діяльність туристичних підприємств, створити сприятливі умови для залучення інвестицій в інноваційний розвиток підприємств індустрії туризму та впровадження новітніх технологій у процес надання туристичних послуг з метою підвищення їх якості та конкурентоспроможності [3, с. 112].

Враховуючи теоретичні та емпіричні дослідження вчених, слід підкресити, що основними умовами ефективного формування інноваційного механізму є [1; 2; 3]:

- формування інвестиційної складової механізму повинно здійснюватись з урахуванням стратегічного завдання переходу національної економіки та її галузей на інноваційний шлях розвитку;

- об'єктами впливу при реалізації вимог інноваційного розвитку повинні стати інвестиції;

- інноваційність повинна стати вимогою до обрання інвестиційних пріоритетів розвитку підприємств туристичної галузі;

- застосування додаткових адміністративно-правових та фінансово-економічних стимулів повинно здійснюватись з метою фінансової та організаційної підтримки науково-технічної діяльності та її інвестиційного забезпечення.

Інноваційний механізм підвищення ефективності підприємств туристичної галузі реалізується з одного боку, через активізацію інноваційних процесів та процесів залучення інвестицій у впровадження нововведень туристичними підприємствами, з іншого – через створення державою сприятливих умов для підвищення активності суб'єктів інноваційно-інвестиційного процесу. Отже, наявність державного регулювання в інноваційному механізмі є необхідним аспектом [2, с. 105].

В основу формування даного механізму повинен бути закладений клієнтоорієнтований підхід, який передбачає впровадження інновацій з урахуванням фінансових, матеріальних можливостей та соціально-психологічних і культурних потреб туристів.

Слід зауважити, у туризмі провідна роль у визначенні векторної направленості інноваційно-інвестиційних процесів належить потребам туристів, що постійно змінюється під впливом різних факторів внутрішнього та зовнішнього середовища. З одного боку, саме ця динаміка потреб туристів, що постійно трансформуються та необхідність їх задоволення найбільш раціональним способом є вектором для наукових ідей та досліджень в галузі туризму. З іншого боку, в умовах ринкової економіки наукові знання поповнюються знаннями та прогнозом розвитку туристичних ринків.

Варто зазначити, що підвищення ефективності підприємств туристичної галузі шляхом активізації їх інноваційного розвитку на мікрорівні можливо за рахунок таких факторів [1, с. 314]:

- зростання якості туристичних послуг на основі інноваційного підходу;

- впровадження інновацій, конкурентоспроможних на внутрішньому та зовнішньому туристичних ринках;

- залучення в господарську діяльність підприємств туристичної галузі наукових досліджень, досягнень НТП, новітніх інформаційних та комунікаційних технологій;

- розвиток нових форм співпраці туристичних підприємств, які б сприяли впровадженню інновацій та залученню інвестицій.

Отже, резюмуючи сказане вище, можна зробити висновок, що реалізація інноваційного механізму підвищення ефективності підприємств туристичної галузі призведе не тільки до змін динаміки інноваційно-інвестиційних процесів в діяльності туристичних підприємств, а й до зміни принципів їх реалізації, методів, механізмів, інструментів та критеріїв прийняття управлінських рішень. Запровадження інноваційного механізму дозволить системно та комплексно розв'язувати питання, що виникають при зміні підходів і методів до інвестиційного забезпечення інноваційних процесів, раціоналізації процесу управління залученням інвестицій та реалізації на створеному підґрунті механізмів структурно-інноваційного оновлення підприємств туристичної галузі.

Література

1. Михайліченко Г. І. *Інноваційний розвиток туризму: монографія* / Г. І. Михайліченко – К.: Київ. нац. торг. – економ. ун-т., 2015. – 608 с.
2. Ткаченко Т. І. *Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу* / Т. І. Ткаченко. – К.: КНТЕУ, 2016. – 536 с.
3. *Sustainable Tourism: a Global Perspective* / Ed. by Rob Harris et al. – Burlington (M.A.) : Butterworth-Heinemann, 2016. – XVII, – 311 p.

УДК 656

Підгурська І. А.,

к.е.н. доцент кафедри МЕН,

Тернопільський національний економічний
університет

Воляннюк О. Б.

Студент групи МІМзм-21,

Тернопільський національний економічний
університет

РОЛЬ ЛОГІСТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРИ ВИХОДІ КОМПАНІЙ НА ЗАРУБІЖНІ РИНКИ

Ефективна торговельна і транспортна логістика є ключовими для розвитку конкурентоспроможності країн у всьому світі. Логістика особливо важлива для України, де міжнародна торгівля складає значну частину ВВП.

Відомо, що Україна є зручним транспортним хабом між Європою та Азією, країною із однією з найдовших залізничних систем у Євразії, транспортні можливості якої перевершують тільки Китай, Індія та Росія. Україна розташована на перехресті головних транс'європейських коридорів, що з'єднують Східну і Західну Європу, країни Балтії з Чорноморським регіоном. Розвиток транспортного сектора України є також невід'ємною частиною Угоди про асоціацію між Україною та ЄС (УА) [2].

В свою чергу, конкурентоздатне транспортне забезпечення є чинником розвитку національної економіки кожної країни та основою її інтеграції у світове господарство. Частка транспортних послуг у ВВП України складає не менше 13%. Частка вантажних перевезень України автомобільним транспортом складає 66-69% від загального їх обсягу.

На вітчизняному ринку функціонують близько 40 фірм. Більшість з них – це сильні транснаціональні 3PL-оператори, відомі світові бренди, а саме: Кюне і Нагель Україна, Рабен Україна, Фіге Україна, Rhenus Revival, Asstra Holding, Жефко Україна, Шенкер та ін.

Транспортно-логістичне забезпечення зовнішньоекономічної діяльності має свою специфіку стосовно експортних операцій, а саме: проходження митних формальностей; регулюванні умов постачання товарів за договорами купівлі-продажу на основі правил «Інкотермс»; міжнародні правила перевезення; оформлення транспортних, товаросупроводжувальних документів; страхування й т. ін [1].

Логістика вітчизняних підприємств, що займаються зовнішньоекономічною діяльністю, розвивається у трьох напрямках:

- збут національної (української) продукції на світовому ринку;
- придбання тієї чи іншої іноземної продукції на світовому ринку для національних потреб;
- участь в світовому поділі праці в якості партнерів щодо виробництва тієї чи іншої продукції, призначеної для реалізації на світовому ринку [3].

В свою чергу, товар є об'єктом митного права і предметом логістики зовнішньоекономічної діяльності. Розумне поєднання цих галузей дає синергетичний ефект для розвитку економіки держави.

Перед усіма підприємствами, що починають чи здійснюють ЗЕД, завжди постає питання вибору форм перевезення. Це може бути автомобільний транспорт, залізничний, авіаційний.

Транспортно-логістичне забезпечення експортної діяльності має бути спрямоване на: визначення спеціалізованих транспортно-логістичних потреб, стану й динаміки попиту на експедиційні послуги; оцінку системи транспортно-логістичного обслуговування на відповідність вимогам клієнтури, структурі транспортного попиту, виходячи з тенденцій ринку; вивчення системи організаційно-економічної взаємодії учасників спеціалізованого транспортно-експедиційного обслуговування перевезень вантажів підприємств [4].

Для підприємства, що планує вихід на зарубіжні ринки є важливим вибір надійних партнерів із перевезення вантажів. Ефективне управління транспортною логістикою сприяє зниженню витрат на перевезення вантажів, зменшує

транспортну складову у вартості продукції, підвищує прибутковість і стабільність діяльності транспортного комплексу, а також сприяє розвитку економіки країни та збільшенню внутрішнього валового продукту.

Література:

1. Григорак М. Ю., Костюченко Л. В. *Методика оцінки використання потенціалу логістичної інфраструктури. Економічні науки. Серія "Економіка та менеджмент": Збірник наукових праць. Луцький національний технічний університет. Випуск 7 (26). Ч. 4. 2010. С. 103–108.*
2. Харсун Л. Г. *Міжнародні детермінанти підвищення ефективності транспортного забезпечення зовнішньої торгівлі України : дис. ... кандидата економічних наук : 08.00.02 – Світове господарство і міжнародні економічні відносини. Інститут світової економіки і міжнародних відносин Національної академії наук України, Київ, 2010. 202 с.*
3. Холод Б. І., Зборовська О. М. *Глобалізація як фактор впливу на процеси логістичного управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств. Європейський вектор економічного розвитку. № 2 (17). 2014. С. 261–270.*
4. Акименко Н., Рябова К. *Вдосконалення механізму транспортно-логістичного обслуговування міжнародних вантажних перевезень як фактору підвищення конкурентоспроможності підприємств. Наук. вісник. 2015. № 9. С. 15–27.*

УДК 658.3

Піжицький В. Л.,
студент групи МЕВМАм-11,
Тернопільський національний економічний
університет

СУБ'ЄКТИВНЕ УЯВЛЕННЯ СПІВРОБІТНИКІВ ПРО ВЛАДУ В ОРГАНІЗАЦІЇ

Влада в організації – методи управління людьми, що дозволяють часом отримати абсолютно несподівані результати: в деяких випадках, характеризується ефективною організацією праці, в інших – опором і небажання працювати. Організаційна влада – процес, що забезпечує стійку пріоритетність спільної мети над індивідуальними цілями працівників і використовує для цього широкий набір засобів, включаючи психологічне насильство [1]. Найбільш поширеними моделями влади на індивідуальному рівні є міжперсональні конструкції, де основу влади становить асиметрія відносин між людьми, заснована на тому, що індивід А володіє чим-небудь, чого потребує, або що бажає індивід Б. Людина, що володіє ресурсами, буде мати владу над тими, хто позбавлений цих ресурсів, і чиї потреби пов'язані з ними. Однак, варто зазначити, що підставою застосування влади з боку індивіда А до індивіда Б служить наявність у Б будь-яких привабливих для А ресурсів [2]. У цьому сенсі, владу слід розглядати як двосторонній процес. Іноді можна спостерігати, що працівники розглядають себе виключно як підлеглих, які

перебувають під владою у керівництва. У той же час існують і начальники, які вважають, що мають безмежну владу над підлеглими. Бувають і зворотні ситуації, коли підлеглі не поважають свого керівника через відсутність у нього достатнього впливу і вважають, що абсолютно з усім можуть впоратися без нього. На мій погляд, в таких випадках має місце дисбаланс влади. Співробітники представляють собою найцінніший ресурс організації, так само й без начальників, що направляють роботу в потрібне русло, організацію уявити неможливо. В контексті організації варто говорити про владу не з точки зору одностороннього впливу одного на іншого, а з точки зору взаємовигідного обміну ресурсами. У цьому сенсі організаційна влада є взаємною і проявляється в міжособистісних стосунках. Для поліпшення цих відносин необхідно підвищення усвідомленості в питаннях влади. Від того, наскільки адекватно керівник розпоряджається владними ресурсами, залежить в першу чергу мотивація співробітників. При цьому втратити свою команду може як занадто жорсткий керівник, який вважає, що йому все дозволено, так і занадто м'який, що не використовує свої владні повноваження для ефективної організації роботи.

Так що ж робити, якщо методи впливу, що застосовуються керівником, не сприяють ефективності співробітників? Як правило, нашу поведінку зумовлюють особливості сприйняття, а також досвід, отриманий в попередніх відносинах. У зв'язку з цим необхідно вивчати суб'єктивні уявлення співробітників про владу в організації, адже владні відносини багато в чому зумовлюють соціальну ситуацію в організації. Для цих цілей можна використовувати постійне спостереження або рольові ігри. Обидва ці методи можна досить ефективно реалізувати в ході тренінгу. В цьому аспекті тренінг може мати як мінімум дві функції: 1) дослідження основних особливостей влади в колективі; 2) корекція цих особливостей.

Оскільки владні відносини – це двосторонній процес, то корекції сприйняття влади тільки у підлеглих недостатньо, необхідна також і робота з керівниками, яка допоможе їм скорегувати свою організаційну поведінку. Останнє можна визначити, як розуміння, передбачення і управління людською поведінкою в рамках організації.

Отже, у цьому дослідженні було розглянуто організаційні відносини між керівниками і персоналом, а також виділено способи вивчення суб'єктивних уявлень співробітників про владу і покращення владних зв'язків в організації.

Література

1. Гах Й. М. Етика ділового спілкування: навч. посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2005. 160 с.
2. Чайка Г. Л. Культура ділового спілкування менеджера: навчальний посібник. Київ: Знання, 2005. 442 с.

Пошелюжний В. М.,
студент групи ЕЕУП-41,
Тернопільський національний економічний
університет

ОРГАНІЗАЦІЯ, ЯКА САМОНАВЧАЄТЬСЯ, – ЯК НАСТУПНИЙ ЕВОЛЮЦІЙНИЙ ЕТАП РОЗВИТКУ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У сьогоденнішніх реаліях будь-якому успішному підприємству, котре хоче й надалі залишатися на плаву та не відставати від конкурентів, слід бути пластичним та прагнути до постійного зростання. Адже в результаті стрімкого розвитку сучасних технологій умови на ринку змінюються дуже швидко й нерідко кардинально.

Дана тенденція мотивувала і змусила багато компаній шукати нові методи та шляхи подальшого свого прогресу. Одним із таких варіантів удосконалення власної компанії, що стає дедалі популярнішим, є перетворення її на організацію, яка самонавчається.

Саме тому тематика організацій, які самонавчаються, така актуальна й затребувана. Вона та дотичні до неї питання уже протягом тривалого часу привертає, до себе багато уваги у вітчизняних і зарубіжних наукових колах.

Термін «організація, яка самонавчається» (анг. Learning organization) набув широкого вжитку після видання у 1990 р. книги «П'ята дисципліна: Мистецтво та практика організації, яка самонавчається» американського вченого Пітера Сенге [2]. Саме ця книга стала своєрідним контуром сучасного мислення про організацію, орієнтовану на підвищення рівня гнучкості та інновацій у результаті постійного навчання.

За словами цього вченого, він вважає, що «організація, яка самонавчається, – це місце, в якому співробітники постійно розширюють свої можливості створення результатів, в якому вирощують нові широкомасштабні способи мислення, в якому люди постійно вчаться тому, як навчатися разом» [2, с. 68–71].

Організація, яка самонавчається, – це організація, що постійно прагне розвиватися, а головним джерелом її зростання є людські знання. В сучасному світі знання та вміння правильно їх використовувати відіграють ключову роль у формуванні успішної компанії.

В організації, яка самонавчається, важливо забезпечувати постійне збагачення професійних компетентностей і стабільне кваліфікаційне зростання власних співробітників. Це реалізують створенням робочого середовища, в якому працівники зосереджені на власному всебічному розвитку.

Такий підхід дає організації, яка самонавчається, безліч переваг над конкурентами. Усі її сильні сторони відображені на рис. 1.

Модель організації, яка самонавчається, вже багато років вдало застосовують у багатьох іноземних компаніях. Найвідоміші й найуспішніші з них: Chevron, General Electric, Hewlett-Packard, Johnson & Johnson, Shell, World Bank, Xerox та інші.



Рис. 1. Основні переваги організації, яка самонавчається.

**Джерело. Склав автор самостійно.*

В українському сегменті дана модель трапляється не так часто, проте вона популярна серед молодих ІТ-компаній.

Одна із таких компаніє діє в Тернополі – ІТ-компанія «MagneticOne»; вона є чудовим прикладом організації, яка самонавчається [1].

ІТ-компанія «MagneticOne» забезпечує постійне зростання компетентностей персоналу та особистісних якостей, котрі підвищують ефективність роботи. Вона постійно спрямована на вдосконалення кваліфікаційного рівня кожного працівника з урахуванням індивідуальних навиків та особистих побажань.

Саме це є одним із факторів, чому дана компанія займає лідерські позиції з якості обслуговування і надання ІТ-продуктів у Тернопільській області й за її межами.

Отже, щоб іти в ногу з часом, сучасні компанії повинні уміти грамотно розпоряджатися своїми інтелектуальними ресурсами, щоб уникнути так званого «застою». З кожним роком кількість компаній та підприємств лише зростає, що, своєю чергою, дедалі сильніше посилює конкуренцію на ринку. Тож, щоб адекватно та миттєво реагувати на зміни, необхідна неймовірна адаптивність, котра саме і властива організаціям, які самонавчаються.

Література

1. Офіційний сайт ІТ-компанії «MagneticOne» URL: <https://www.magneticone.com>.
2. Сенге П. Пятая дисциплина: искусство и практика самообучающейся организации. Москва : Олимп-Бизнес, 1999. 408 с.

Рогачевська Л. І.,
студентка групи МЕНУП-41,
Тернопільський національний економічний
університет

ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ТАЛАНТАМИ ЯК СКЛАДОВА УСПІХУ ОРГАНІЗАЦІЇ

Побудова економіки знань, якою характеризується сучасне суспільство, зумовило необхідність переходу високорозвинутих організацій від поняття чисельності працівників до якісного складу персоналу. Спираючись на інтелектуальний капітал як основний чинник конкурентоздатності, організації змушені шукати інноваційні шляхи підвищення загального рівня компетенцій всіх працівників. Особлива увага в цьому випадку повинна зосереджуватися на управлінні талановитими, обдарованими, креативними та висококваліфікованими працівниками, 20% яких, відповідно до принципу Парето, здатні забезпечити 80% бажаного результату. Але це можливо лише за умови ефективно побудованої системи управління такими працівниками. Таким чином, виклики суспільства та швидкозростаюча боротьба за позиції на ринку зумовили появу такого напряму управління, як талант-менеджмент [2].

Існує дві чітко виражені точки зору на те, як найкраще оцінювати талант і керувати ним. Прихильники першої точки зору виходять із припущення, що деякі співробітники «цінніші» інших і володіють набагато більшим «потенціалом», тому компанії повинні спрямовувати більшу частину корпоративного уваги і ресурсів на них. Опоненти, що розділяють другу точку зору, заперечують: акцент на ключових гравців може погіршити моральний дух і знизити можливості досягти великих результатів [1].

Отже, виділяють 6 ключових принципів, яких дотримуються успішні компанії:

Узгодженість із стратегією

Корпоративна стратегія – природна відправна точка при міркуванні про управління талантами. Які таланти нам потрібні, враховуючи стратегію компанії? Наприклад, стратегія зростання General Electric опирається на п'ять стовпів: технологічне лідерство, підвищення рівня сервісу, міцні відносини з клієнтами, розподіл ресурсів і глобалізація. Але керівництво GE розуміє, що впровадження цих ініціатив вимагає не тільки стратегічного планування, а й залучення, найму, розвитку і розстановки правильних людей, здатних реалізувати ці плани. Як говорить CEO GE Джеффри Іммельт, «система управління талантами – найбільш потужний інструмент реалізації планів» [3].

Внутрішня послідовність

Впровадження розрізнених методів може не спрацювати і навіть виявитися контрпродуктивним. Принцип внутрішньої послідовності дозволяє зрозуміти, наскільки сумісні різні методи управління, прийняті в компанії.

Наприклад, якщо організація робить значні інвестиції в розвиток і навчання співробітників з високим потенціалом, вона повинна також приділяти увагу утриманню співробітників, конкурентоспроможності компенсаційного пакета та управління кар'єрою.

Вбудованість в культуру

Багато успішних компаній вважають свою корпоративну культуру джерелом стабільної конкурентної переваги. Вони роблять свідомі зусилля, щоб інтегрувати заявлені ключові цінності та принципи бізнесу в процеси управління талантом, такі як методи найму, програми з розвитку лідерства, системи управління продуктивністю, компенсації і бонуси.

Наприклад, там, де компанії при виборі людей традиційно фокусувалися на їхньому досвіді і навичках, пов'язаних з виконуваною роботою, деякі транснаціональні компанії, розширили свої критерії відбору, включивши в список цих критеріїв культурну сумісність. Ці компанії оцінюють особистість і цінність кандидата, щоб визначити, чи буде він сумісний з корпоративною культурою.

Залученість керівництва

В успішних компаніях знають, що в процесі управління талантом повинен брати участь широке коло керівників – а саме менеджери всіх рівнів, включаючи CEO. Найвище керівництво повинне бути активно залучена в процес управління талантом, зробивши пріоритетними для себе такі напрямки, як підбір кадрів, розвиток лідерів і утримання ключових співробітників.

Баланс глобальних і локальних потреб

Для організацій, які працюють у багатьох країнах, культурах і соціальних середовищах, управління талантом – особливо складне завдання. Компаніям необхідно зрозуміти, як реагувати на місцеві потреби, одночасно дотримуючись єдиної стратегії в HR-сфері і методах управління.

Брендинг роботодавця через диференціацію

Залучення талантів означає просування тих людей, які відповідають корпоративним вимогам і являються талантами. Щоб залучити співробітників з правильними навичками, компаніям необхідно диференціювати себе від конкурентів [4].

Таким чином, усвідомлення, що здатність управляти талантами стає стратегічним пріоритетом для вдалого бізнесу не викликає сумнівів. Аналіз порушеної теми показав, що управління талантом не може бути ізольованим від бізнес-стратегії. Компанії (фірми, установи) досягають високих результатів, якщо швидко реагують на зміни зовнішнього середовища, залучають всі ланки лідерів до розвитку талантів, особливо на ранніх стадіях формування стратегії організації.

Література

1. Робертсон А. Управление талантами [Текст] : Как извлечь выгоду из таланта ваших подчиненных: пер. с англ. / Алан Робертсон, Грэм Эбби. – Днепропетровск : Баланс-Клуб, 2004. – 176 с.
2. Ушева М. Н. Талант менеджмент в современном управлении человеческими ресурсами / М. Н. Ушева // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 3. – Т.2. – С. 173–179.

3. Schweyer A. *Talent Management Systems: Best Practices in Technology Solutions for Recruitment, Retention and Workforce Planning*. – Toronto, Ont. : Wiley, 2004. – 253 p.
4. <https://jetgear.ru/uk/kak-zarabotat/elementy-sistemy-upravleniya-talantami-organizacii.html>.

УДК 65.015

Сарахман І. П.,
студентка групи МІМ-42 ННІМЕВ,
Тернопільський національний економічний
університет

АУТСОРСИНГ: ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Робота з людським ресурсами потребує високої компетенції. Вирішення ряд обов'язкових стратегічних завдань у менеджерів інколи просто не залишається достатньо часу для роботи з персоналом. Тому на допомогу сучасним компаніям приходить аутсорсинг персоналу. HR-аутсорсинг – це делегування функцій (щодо підбору, адаптації, мотивації, навчання, розвитку, кадрового діловодства, просування по кар'єрній драбині) спеціалізованій компанії, яка виконує всі або окремі завдання по роботі з персоналом компанії-замовника. [5, с. 49]

Традиційно виділяють три функції менеджера: захист персоналу, адміністрування та робота із стратегією. Р. Матіс та Дж. Джексон продемонстрували як зміниться співвідношення виконаних завдань з часом (Рис.1)

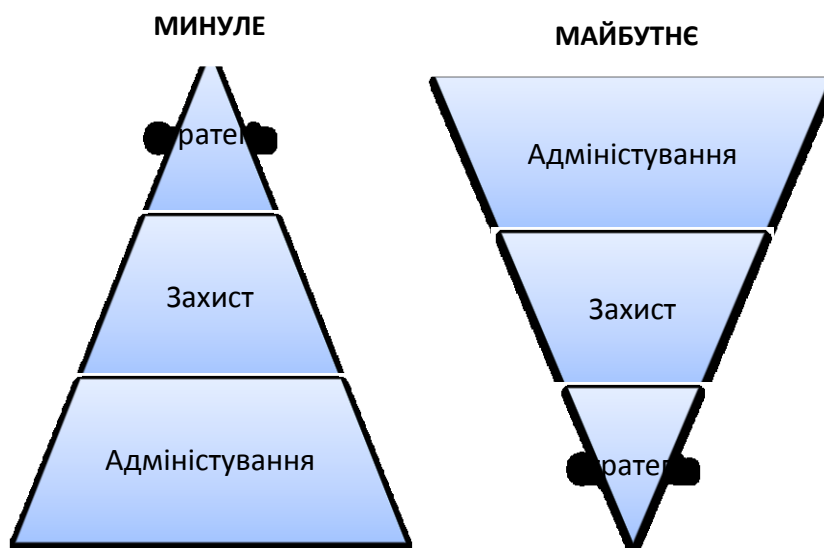


Рис. 1. Зміна ролі менеджера по роботі з персоналом

11 українських підприємств надають послуги аутсорсингу персоналу: ФОП Язиков С. В., ПП Мальченко А. І., Юридична компанія "Право24", Асоціація інтерактивного менеджменту, ТОВ "Квелл", НОІЛ ГРУП, ТОВ "Консалтинговий центр "Еф. Еф. Пі", Бухгалтерська служба "Анна", ВАТ "ТЛС ГРУП",

ТОВ "АВКонсалт", Нова персона (м. Кривий Ріг). Більшість компаній знаходяться в м. Київ. [2]

Переваги HR-аутсорсингу:

- концентрація уваги на профільній діяльності, як наслідок – покращення іміджу компанії;
- мінімізації трудових ризиків пов'язаних з законодавством;
- економія витрат на підбір, навчання та податкові відрахування;
- гнучка зміна кількості персоналу в залежності від масштабів та сезонності робіт;
- виконання робіт враховуючи кращі світові тенденції та нововведення;
- відсутні простоя чи збої у роботі. [4, с. 107; 1, с. 31; 6, с. 143]

Недоліки:

- недостатньо врегульовані взаємовідносини між замовником та провайдером у законодавчій базі;
- неочікувана відмова провайдера від роботи з персоналом для компанії-замовника або банкрутство;
- втрата контролю над делегованими завданнями;
- зниження якості виконаних робіт;
- розголошення комерційної інформації. [3]

Для того, щоб прийняти правильне рішення щодо доцільності делегування частини завдань по роботі з персоналом провайдера, потрібно розрахувати індекси можливостей та загроз щодо груп показників наведених у Таблиці 1.

Таблиця 1

Доцільність залучення HR-аутсорсингу

Групи показників	Оцінки критеріїв	
	Можливості	Загрози
Ринкові		
Управлінські		
Фінансово-економічні		
Виробничо-технологічні		
Всього		

Джерело: складено автором

Література

1. Голуб В. Аутсорсинг, аутстафтинг, лизинг персонала: юридические аспекты / В. Голуб // Управление персоналом. – 2011. – № 7 (214). – С. 30–33.
2. Компании, предоставляющие услуги аутсорсинга в сфере управления в Украине [Электронный ресурс] // Prom.ua – всеукраинский торговый центр. – Режим доступа : <http://prom.ua/cc280559-Autsorsing-v-sfere-upravleniya.html>.
3. Про зайнятість населення : Закон України № 5067-VI від 05.07.2012 р. [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Верховної Ради України. – Режим доступу : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/5067-17>.
4. Савинов Ю. А. Новые направления в развитии аутсорсинга американскими компаниями / Ю. А. Савинов, М. Р. Минасьян // США – Канада: экономика, политика, культура. – 2007. – № 5. – С. 105–119.

5. Шкода Т. Н. Сутність аутсорсингу в області управління персоналом / Т. Н. Шкода // Проблеми системного підходу в економіці : зб. наук. праць. – 2011. – Вип. 38. – С. 48–54.

6. Шкода Т. Н. Тенденції розвитку аутсорсингу в управлінні персоналом підприємств / Т. Н. Шкода // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури (економічні науки). – 2011. – № 32. – С. 140–146.

УДК 657

Свінтух Р. Р.,

магістр навчально-наукової програми

«Міжнародний облік»,

Тернопільський національний економічний
університет

ФОРМУВАННЯ І АНАЛІЗ СТРАТЕГІЇ ДІЯЛЬНОСТІ МІЖНАРОДНОЇ КОМПАНІЇ ЯК ЗАПОРУКА УСПІХУ ПРИ ФОРМУВАННІ ЕФЕКТИВНОЇ МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Ще недавно компаніям було складно виходити на міжнародні ринки і, навіть, просто започатковувати свою міжнародну діяльність. Завдяки глобалізації, науково-технічному прогресу, мінімізації тарифних і кордонних бар'єрів і стрімкому розвитку інформаційних технологій цей процес значно спростився. Завдяки цьому все більше компаній виходять на іноземні ринки, впроваджуючи новітні комунікаційні технології, засоби просування і, навіть, використовуючи нейромаркетингові засоби, такі як кінестетичний, візуальний, аудіальний канали для кращої взаємодії із своїми покупцями, що також покращує результати діяльності.

Виходячи на міжнародний ринок, компаніям необхідно враховувати чинники з якими їм обов'язково доведеться стикнутись: робота з іноземними посередниками, жорстка конкуренція з боку інших підприємств, особливості законодавчих систем країн, в яких доведеться працювати, культурні особливості закордонних працівників і геополітичні та ментальні особливості споживачів майбутніх ринків збуту. Лише компаніям, яким під силу врахувати ці всі особливості, чітко розробити стратегію виходу на зовнішній ринок, і бути адаптивними до будь-яких змін, гарантований успіх в міжнародній діяльності.

Роль стратегічного планування у компаній з часом лише зростає.

Формування стратегії – це важливий процес, який допомагає підприємствам визначитися, що саме вони пропонуватимуть на ринку. Це, в свою чергу, вимагає, щоб компанія була зосереджена на потребах клієнтів і була усвідомлена про вже існуючу конкуренцію. Потрібно чітко визначитися, що саме компанія пропонує, та що їй для цього необхідно. Вкрай важливо також визначити існуючих та потенційних конкурентів і розробити комплексний підхід для того, щоб відсторонити свій продукт від їхнього [1].

Стратегії, що застосовуються для просування бізнесу, варто робити креативно, щоб впливати і привертати увагу клієнтів, особливо, коли вони приймають рішення щодо того, чий продукт вони оберуть. Також потрібно донести до покупців цінність даного продукту, щоб вони могли порівняти його з аналогами.

Не менш важливу роль відіграє і аналіз обраної компанією стратегії для виходу на міжнародний ринок. Під терміном стратегічний аналіз розуміється дослідження організації та її робочого середовища для формування стратегії [2]. Стратегічний аналіз організації є найважливішим фактором, коли йдеться про формування плану для ефективної роботи. Для того, щоб компанія була конкурентоздатною і успішно функціонувала на ринку, потрібно постійно вдосконалюватись, аналізувати ефективність своєї діяльності, працювати над слабкими сторонами і зміцнювати сильні. Стратегічний аналіз необхідно проводити періодично – це допоможе досягнути поставлених цілей і заздалегідь визначати і планувати напрями, які потребують вдосконалення [3].

Під час проведення стратегічного аналізу необхідно добре вивчити своїх конкурентів, щоб визначити стратегію, яка допоможе зайняти свою нішу на ринку і підтримувати конкурентоздатність. Однією з найважливіших функцій стратегічного аналізу є прогнозування майбутніх подій та планування альтернативного підходу, якщо розроблена стратегія виявиться малоефективною [4].

Об'єктами дослідження стратегічного аналізу є внутрішнє та зовнішнє середовище підприємства. Внутрішній аналіз виявляє сильні та слабкі сторони, а також допомагає правильно розробляти стратегію для покращення іміджу компанії. Він починається з оцінки ефективності діяльності та визначення здатності і потенціалу компанії до зростання. Аналіз повинен враховувати ситуацію на ринку та реакцію клієнтів. Компанія може рости стрімкими темпами, якщо планується обґрунтована стратегія. Для проведення зовнішнього стратегічного аналізу потрібно знати як функціонує ринок, що необхідно споживачам. Необхідно вивчити реакцію на свій товар і на товар конкурентів, щоб зрозуміти, що саме потрібно змінити чи вдосконалити, а що можна залишити без змін. Для проведення ефективного стратегічного аналізу потрібно знати свої цілі, володіти інформацією, правильно побудувати та втілити стратегію та контролювати процес на всіх стадіях його втілення [5].

Отже, на сьогоднішній день компаніям для проведення та реалізації ефективної та результативної діяльності є надзвичайно важливим вміти правильно розробляти, впроваджувати та аналізувати стратегію свого функціонування.

Література

1. URL:<https://smallbiztrends.com/2015/10/creative-strategy-generation-book-review.html>.
2. URL:<https://www.ashfordglobalit.com/training-blog/itil-tips-and-training/strategy-generation.html>.
3. URL:<https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/strategy/strategic-analysis>.
4. URL:<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5283>.
5. Жукевич С. Стратегічний аналіз факторів впливу зовнішнього середовища на функціонування суб'єктів господарювання. Кременчук: КДУ ім. М. Остроградського, том 4, 2010 р. С. 131–133.

LEADERSHIP AS FOUNDATION OF EFFECTIVE ENTERPRISE ADMINISTRATION

Leadership is a universal phenomenon of social life. It is inherent in any field of human activity, but business environment is one of the spheres where role of leader is crucial. The efficiency of the enterprise is largely determined by the level of general development and competence of its head and top-managers.

Concept of leadership has been a subject of research of many scholars, for instance I. Anosoff, R. R. Blake, S. R. Tannenbaum, V. Vroom, P. Yetton, O. Shutova and others. Based on significant scientific contribution leadership, in general, is seen as the presence of a certain set of qualities, which is inherent in those, who are able to lead others successfully, on the other hand, leadership is a process of non-violent influence, in order to achieve organizational goals.

Nowadays one of the biggest mistakes, considering leadership is that it is often equated with management, while there is a difference between them. Management is based mainly on formal aspects of activities, meanwhile leadership is formed upon informal factors. Therefore, it can compensate formal management of the team, complementing the underdevelopment of its individual elements to some extent.

As a complex socio-psychological concept of group development, leadership is differentiated on various grounds [2, p. 75]:

- By type of activity: leader-inspirer, who offers a program of behavior; leader-executor, who ensures the implementation of the already adopted program; leader who is both an inspirer and an organizer.
- By the nature of activity: universal – constantly shows leadership qualities; situational – shows leadership qualities only in certain, specific situations.
- By leadership style: authoritarian, democratic, liberal.

Activities of the leader are so diverse that any attempt to unify the classification of leadership styles fails, but depending on style of leadership chosen by enterprise's owner or head, it is possible to predict, following which principles and tactics will all other functions be built.

Moreover, there are two perspectives on leadership skills. The first argues, that people must be born leaders in order to become them. Another point of view is based on theory, that leadership skills can be developed in the presence of the necessary inclinations, namely: sharp attention, good memory, propensity to think productively, and so on [4, p. 46]. What was also supported by the executive director of the Ivey Business School in Canada Gerard Seijts, who stated at the Economic Forum in Davos that "in leadership, 24% are innate talents, and 76% – what can be learned, developed". According to Marvin Bower, the main qualities of leader should be: trustworthiness, fairness, unassuming behaviour, listening, open-minded, sensitivity to people, sensitivity to situations, initiative, good judgment, broad-mindedness,

flexibility and adaptability, capacity to make sound and timely decisions, capacity to motivate, sense of urgency.

Leadership is a type of business activity that permeates the entire management system. It is impossible to perform effectively the functions of planning, organization, motivation or control, if there are no effective leadership and people, who can encourage other employees, positively influence them and lead, thereby achieving favourable results.

References

1. Mayfield J., Mayfield M., (2017). *Motivating Language Theory: Effective Leader Talk in the Workplace*, pp. 53–64.
2. Northouse P. J., (2015). *Leadership: Theory and Practice*, 7th Edition, pp. 74–79.
3. Rumelt R., (2011), *Good Strategy Bad Strategy: The Difference and Why It Matters*, pp. 277–280.
4. Scouller J., (2011). *The Three Levels of Leadership: How to Develop Your Leadership Presence, Knowhow and Skill*, pp. 41–49.
5. Useem M., (1999). *The Leadership Moment: Nine True Stories of Triumph and Disaster and Their Lessons for Us All*, pp. 210–217.

Song Feiqiong,

Doctor (Education Economic Management Science) Professor

College of Education, Henan Institute of Science and Technology, Xinxiang, China

Kseniia Blumska,

PhD (Management Sciences), Associate Professor,

Sumy National Agrarian University, Sumy, Ukraine

Liang Rui

Postgraduate Student,

Sumy National Agrarian University, Sumy, Ukraine

RESEARCH ON THE VALUE OF UNIVERSITY BRAND STRATEGY

In today's society, with the expansion of higher education, the transformation of universities and the deepening of marketization, competition among universities must intensify. How to fully integrate its own tangible and intangible resources, how to establish its own good image, expand its reputation, improve its reputation, and gain a competitive advantage are the issues that every university must think about. Formulating the correct brand strategy will become an inevitable choice for universities. As a social service industry, universities have commonalities with other industries, but they also have their own uniqueness. The university's implementation of the brand strategy is to organically combine the university's brand image

information with its profound connotation, to distinguish it from its competitors, and to be recognized by the source. The implementation of the university brand strategy will help universities gain advantages in fierce competition, upgrade and transform, and form a brand effect. It is conducive to the integration of the internal resources of the university brand and improves the cohesion of the university. It is conducive to consumer identification and selection, so that supply and demand can be more optimally matched. Conducive to the effective dissemination of information, the brand as a strategic tool can better integrate information.

UDC 338

Tetiana Khvalyboha,

student, Ternopil National Economic University

Natalia Petri,

student, Inholland University of Applied
Sciences (Netherlands)

THE IMPORTANCE OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Sustainable development has been defined in many ways, but the most frequently quoted definition is known as the Brundtland Report:

“Sustainable development is the development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs”. Sustainable development has continued to evolve as that of protecting the world’s resources while its true agenda is to control the world’s resources. Environmentally sustainable economic growth refers to economic development that meets the needs of all without leaving future generations with fewer natural resources than those we enjoy today.

The essence of this form of development is a stable relationship between human activities and the natural world, which does not diminish the prospects for future generations to enjoy a quality of life at least as good as our own.

The idea of environmentally sustainable economic growth is not new. Many cultures over the course of human history have recognized the need for harmony between the environment, society and economy. The “environmentally sustainable economic growth” is synonym to the prevalent concept of “Sustainable Development”, the goal of which is to achieve balance between environment sustainability, economic sustainability and socio-political sustainability [3].

The concept of sustainable development was introduced in early 1980’s through the publication of the World Conservation Strategy, in order to reconcile conservation and development objectives. Since then, it has evoked much discussion.

The aim of sustainable development is to balance our economic, environmental and social needs, allowing prosperity for now and future generations. Sustainable development consists of a long-term, integrated approach to developing and

achieving a healthy community by jointly addressing economic, environmental, and social issues, whilst avoiding the over consumption of key natural resources.

Sustainable development encourages us to conserve and enhance our resource base, by gradually changing the ways in which we develop and use technologies. Countries must be allowed to meet their basic needs of employment, food, energy, water and sanitation. If this is to be done in a sustainable manner, then there is a definite need for a sustainable level of population. Economic growth should be supported and developing nations should be allowed a growth of equal quality to the developed nations [1].

The UK Government has recognized four objectives for Sustainable Development. These include: social progress and equality, environmental protection, conservation of natural resources, and stable economic growth.

This can be achieved by reducing pollution, poverty, poor housing and unemployment. No one, in this age, or in the future should be treated unfairly. Global environmental threats, such as climate change and poor air quality must be reduced to protect human and environmental health. The use of non-renewable resources such as fossil fuels should not be stopped overnight, but they must be used efficiently and the development of alternatives should be encouraged to help phase them out [2].

Everybody has the right to a good standard of living, with better job opportunities. Economic prosperity is required if our country is to prosper and our businesses must therefore offer a high standard of products that consumers throughout the world want, at the prices they are prepared to pay. For this, we need a workforce equipped with suitable skills and education within a framework to support them.

References

1. Annunziata E, Pucci T, Frey M, Zanni L. 2018. *The role of organizational capabilities in attaining corporate sustainability practices and economic performance. J Clean Prod.* 171:1300–1311.
2. Ashrafi M, Adams M, Walker TR, Magnan G. 2018. *How corporate social responsibility can be integrated into corporate sustainability: a theoretical review of their relationships. Int J Sust Dev World Ecol.*
3. Bansal P. 2005. *Evolving sustainability: a longitudinal study of corporate sustainable development. Strat Manag J.* 26:197–218.

Aleeya Hasnein Alimohamed,
Bachelor student of the Department of
International Economic Relations,
Ternopil National Economic University.

THE FORMATION OF EFFECTIVE MANAGEMENT MODEL OF ENTERPRISES: A CASE STUDY OF SAMSUNG ELECTRONICS

Samsung Electronics is a South Korean multinational electronics company, it is the flagship company of the Samsung Chaebol (A Chaebol is a large industrial conglomerate that is run and controlled by an owner or family in South Korea). Samsung started as a grocery trading store by Lee Byung-Chull on 1st March 1938 and used to trade goods produced in Korea, exporting them to China. In around 1953, when the Korean war came to an end, Lee decided to expand his business and opened the largest woolen mill in Korea. [1; 2]

He then put all his focus in industrialization because his aim was to help Korea redevelop from the war, during that period was when Samsung was considered as a Chaebol due to the new protectionist policies of the government. In the 1970s, the company started establishing new subsidiaries such as Samsung Precision Company. Samsung Heavy Industries and Samsung Shipbuilding, also during the same period, the company took a new turn and started investing in chemical and petrochemical industries. [1; 2]

Eventually, in 1969 Samsung entered the electronic industry with its first product being black-and-white televisions, and sooner in the 1970s started exporting them overseas. During the late 1970s and early 1980s, Samsung rapidly expanded its technology business and established separate electronics and semiconductor branches and by 1978 they created an aerospace division. The company never stopped its expansion despite scandals including bribery cases in the 1990s, they continued and came up even stronger into the top-five positions in the global market share. [1, 2]

Finally, in the 2000s they decided to launch their first galaxy smartphone which became one of the best-selling smartphones in the world. From 2006 onwards the company became the top-selling global manufacturer of televisions and in 2010 they launched tablet computers also known as galaxy tabs. In 2010, Samsung Electronics decided to change their management system from a single CEO-system into a two-person management team; one person plays the role of two. I think due to this change, Samsung has not only economized its employees but has also given an opportunity to the very young and experienced employees to play a double role in the company which makes the company even stronger. [1; 2]

According to an interview in 2014 between Dr. Jaeyong Song (author of Samsung Way) and Industry week, Dr. Song says, “Samsung’s management style is a hybrid of the best from the Japanese and American approaches to management (Korean style of management in the early 1990s was very similar to the Japanese style of management). The company’s excellent learning capabilities have been used to optimize the best aspects of both management styles for many years”. [3]

Currently, Samsung Electronics has three CEO's of which all three of them joined the company between 2007 and 2010, they all joined as Heads of a particular department and built their way up to being a CEO today. The management system has been effective and has proven to be successful, I will conclude by sharing that Samsung Electronics is ranked 3rd for Digital companies 2019 (the only non-American company in the top 5) and 7th for World's Most Valuable Brands 2019 on Forbes. This is able to prove that the management style Samsung is using is effective and has turned out to be profitable to the company and employees as well. [1; 4]

References

1. *About us. Samsung.* URL: <https://www.samsung.com/us/aboutsamsung/home>.
2. *Samsung Electronics. Encyclopædia Britannica online.* URL: <https://www.britannica.com/topic/Samsung-Electronics>.
3. *What is the Samsung way? Industry Week online.* URL: <https://www.industryweek.com/leadership/companies-executives/article/21963463/what-is-the-samsung-way>.
4. *Samsung Electronics. Forbes online.* URL: <https://www.forbes.com/companies/samsung-electronics/#65c61c9d2450>.

СЕКЦІЯ 3
РОЛЬ ФІНАНСІВ В ЕКОНОМІЧНОМУ ЗРОСТАННІ:
ФУНКЦІОНАЛЬНА ДЕТЕРМІНОВАНІСТЬ ТА МОДЕЛІ
РОЗВИТКУ

Гузела І. А.,
аспірант кафедри податків та фіскальної
політики,
Тернопільський національний економічний
університет

ІНСТИТУЦІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ПОДАТКОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ СТРАХОВОГО РИНКУ

Формування сучасної інституціональної парадигми функціонування страхового ринку базується на дослідженні еволюції його інститутів, причин і закономірностей їх створення, змін та розвитку. У контексті вивчення еволюційно-інституціональних засад страхового ринку особливої актуальності набуває визначення поняття інституційного середовища та інституційного забезпечення його податкового регулювання.

В економічній літературі ведуться дискусії з приводу трактування поняття «інституційне середовище», тоді як «інституційне середовище податкового регулювання страхового ринку» практично не досліджується взагалі.

Основним підходом, який використовують науковці у своїх дослідженнях при визначенні інституційного середовища, є трактування його як формальних правил або норм, основоположних політичних, соціальних і базових правових норм, правил гри, сукупність політичних (юридичних) і економічних правил, неформальних (традиційних) норм, формальних і неформальних інститутів [1, с. 5; 2, с. 133; 3, с. 93–94; 4, с. 21].

Відповідно інституційне середовище податкового регулювання страхового ринку – це сукупність правил, що забезпечують взаємовідносини держави та учасників страхового ринку при справлянні податків і податкових платежів та формують основу їх трансформаційних перетворень. Інституційним забезпеченням податкового регулювання страхового ринку є сукупність інституційних суб'єктів, які формують та реалізують відповідні інституції податкового регулювання на страховому ринку задля задоволення спільних інтересів. Погоджуємося з твердженням Воронкової О. М., яка виокремлює в інституті «організаційну підсистему (інституційні суб'єкти) та функціональну підсистему (інституції)» [5, с. 24]. Відтак, інституціональні засади податкового регулювання страхового ринку охоплюють його інститут, що містить функціональну (інституційне середовище) і організаційну (інституційне забезпечення) складові, формування і розвиток яких відбувається у ході інституціональних змін.

Функціональною складовою інституту податкового регулювання страхового ринку є інституції, зокрема формальні та неформальні правила взаємовідносин держави і платників податків страхового ринку. Формальні правила встановлюються уповноваженими органами влади і прописуються у відповідних законодавчих та нормативно-правових актах з питань оподаткування діяльності учасників страхового ринку, підтверджуються формальними угодами та є обов'язковими до виконання. Неформальні правила базуються на

соціальних нормах, ділових домовленостях, культурних традиціях, фіскальному менталітеті.

Формальні та неформальні інституції страхового ринку тісно переплітаються між собою. Так, запровадження подвійного оподаткування доходів від страхової діяльності призвело до функціонування тіньового страхового бізнесу та ухилення від сплати податків. Якщо не вдосконалювати діючий порядок оподаткування страхової діяльності, не варто сподіватися на покращення податкової дисципліни. Доцільно зауважити, що формальні правила змінюються набагато швидше, ніж неформальні інституції. Досить часто на практиці спостерігалася ситуація, за якої навіть при удосконаленні системи оподаткування страховики продовжують ухилятися від сплати податків, застосовуючи «схемне» страхування та перестраховування.

Сукупність основних інституційних суб'єктів страхового ринку, зокрема, учасників страхових (перестрахових) відносин, та держави, яка представлена компетентними у сфері оподаткування органами державної влади, що мають державно-владні повноваження, підкріплені силою податкового примусу, формує організаційну структуру інституту податкового регулювання страхового ринку. Так, Верховна Рада України, Кабінет Міністрів України, Міністерство фінансів України, Державна податкова служба України, місцеві органи самоврядування виконують функції органів-регуляторів, здійснюючи цілеспрямований вплив на процес оподаткування діяльності страховиків, страхувальників, перестраховиків, перестрахувальників та страхових посередників.

Отже, у ході дослідження еволюційно-інституціональних засад податкового регулювання страхового ринку використано напрацювання теорії інституціоналізму та запропоновано визначення ключових понять: інституційного середовища та інституційного забезпечення податкового регулювання страхового ринку. Охарактеризовано функціональну та організаційну складові інституту податкового регулювання страхового ринку. Еволюційна трансформація інституційного середовища податкового регулювання страхового ринку здійснюється шляхом неодноразових змін інституційно-правових методів регулювання, в результаті яких можуть досягатися інституціональна рівновага, збалансування інтересів держави та платників податку на страховому ринку, або виникати інституційні пастки, що потребують ліквідації у контексті інституціонального реформування й модернізації податкового регулювання.

Література

1. Уильямсон О. Экономические институты капитализма. Фирмы, рынки, отношенческая контрактация. СПб. : Лениздат, 1996. 702 с.
2. Davis L., North D. Institutional Change and American Economic Growth: A First Step towards a Theory of Institutional Innovation. *Journal of Economic History*. 1970. Vol. 30. № 1. С. 131–149.
3. Коваленко Ю. М. Сутність інституційного середовища фінансового сектора економіки. *Економічний вісник Донбасу*. 2011. № 1(23). С. 92–97.
4. Крисоватий А. І., Кошук Т. В. Інституційне середовище фіскального регулювання соціально-економічних процесів. *Фінанси України*. 2011. № 9. С. 18–32.
5. Воронкова О. М. Інституціональні засади податкового менеджменту. *Зб. наук. праць Національного університету державної податкової служби України*. 2013. № 2. С. 22–33.

Дзюблюк О. В.,
д.е.н., проф., завідувач кафедри банківського
бізнесу,
Тернопільський національний економічний
університет

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Банківська система є ключовою ланкою національної економіки, а тому від ефективності її функціонування, фінансової стійкості та здатності протистояти кризовим явищам, вирішальною мірою залежать перспективи економічного розвитку країни в цілому. Висока ступінь чутливості банківської системи як до негативних трендів у світовому господарстві, так і до внутрішніх негараздів економічного розвитку, показують важливість і першочерговість завдань щодо подолання тих проблем, що виникають у банківському секторі, без ефективного функціонування якого неможливим є вихід національної економіки на траєкторію стійкого зростання та забезпечення належного рівня добробуту суспільства. Особливості прояву проблем у банківській системі України набули вираження у цілому ряді негативних процесів, котрі характеризують ті макроекономічні дисбаланси, які на сьогодні є одним із факторів гальмування розвитку економіки нашої країни.

Так, ключовою проблемою кредитних операцій банків стало наростання за останній період труднощів із обслуговуванням кредитів, що суттєво посилило ризикованість банківського бізнесу загалом. При цьому за офіційними даними Національного банку частка негативно класифікованої заборгованості в загальному обсязі кредитних вкладень комерційних банків за останні два роки зросла до 50%, характеризуючи високий рівень ризикованості банківської справи, пов'язаної саме з кредитуванням. Потрібно відзначити, що у даному разі негативні тенденції щодо динаміки та якості кредитних операцій також спричинили свого роду ефект витіснення.

Йдеться про те, що обмежені можливості кредитування через значні ризики вкладення коштів до реального сектору спонукали банки нарощувати інвестиції у державні цінні папери. На сьогодні комерційні банки володіють портфелем облігацій внутрішньої державної позики на суму 400 млрд. грн., що становить порядку 45% від обсягу всіх випущених ОВДП. До того ж привабливість ОВДП для банків у якості об'єкта інвестування зумовлена також можливістю отримання під їх заставу кредитів рефінансування НБУ та кредитів на міжбанківському ринку. Утім, це не дуже добра ознака, яка характеризує зміщення акцентів у структурі банківських активів не на користь реального сектору економіки.

На тлі обмежених обсягів кредитування сума коштів на кореспондентських рахунках банків, що складає порядку 200 млрд. грн., характеризує нарощування зайвої ліквідності банківською системою за умов неможливості

здійснення прибуткових і надійних кредитних вкладень у реальний сектор економіки. А це знову ж таки відображає по суті нівелювання ключової функції банківської системи в економіці – фінансового посередництва, пов'язаного із акумулюванням тимчасово вільних грошових коштів та їхнім прибутковим розміщенням у різних секторах національного господарства задля стимулювання виробничого зростання.

Негативні тенденції останніх років, пов'язані із відтоком коштів із депозитів, нарощуванням частки проблемної заборгованості у структурі кредитного портфеля, переоцінкою активів і пасивів у зв'язку із девальвацією національної валюти, є факторами, що призводять до зростання збитковості банківських установ.

Суттєві обсяги відрахувань в резерви на можливі втрати від активних операцій пов'язані передусім із необхідністю покрити кредитні ризики, зокрема у зв'язку з погіршенням стану обслуговування боргу позичальниками. Необхідність збільшення обсягів сформованих резервів за активними операціями (що відносяться до витрат банків) при недостатньому збільшенні доходів призводять до отримання банками негативного фінансового результату через перевищення обсягу витрат над доходами.

Попри збереження у структурі доходів вітчизняних комерційних банків процентних платежів як головного джерела, що складає понад 2/3 отримуваних банками надходжень, структура витрат комерційних банків набула геть зовсім іншого характеру, і в ній почали домінувати відрахування в резерви, що стало наслідком зростання ризиків за активними банківськими операціями.

Факт виведення з ринку упродовж відносно короткого періоду часу такого значного числа банків справляє надзвичайно потужний і негативний інформаційний ефект, деморалізуючи учасників ринку, підриваючи довіру до банків з боку підприємств і населення та обумовлюючи категоричне небажання формувати заощадження та розмішувати свої активи у банківському секторі. Цілком очевидно, що порушення економічних нормативів, збитковість діяльності, втрата капіталу, припинення платежів стало наслідком нещодавнього девальваційного шоку для банків у 2014–2016 рр., адже значна частина активів і пасивів банківського сектора України номінована в іноземній валюті. І цілком природно, що ризики втрат від триразової девальвації гривні неможливо було планувати у витратах банків.

Довготривале нарощування кредитного портфеля, структура вкладень якого не відповідала структурі залучених коштів за обсягами і строками, що із часом стало основним фактором підриву ліквідності банківських установ та неспроможності цілого ряду із них виконувати свої платіжні зобов'язання перед клієнтами. Важливою проблемою при цьому залишається кредитування інсайдерів.

Разом з тим, потрібно наголосити, що проблеми банківського сектора нерозривно пов'язані із функціонуванням всієї економіки країни. Це означає, що проблеми банківської системи можуть бути вирішені лише у поєднанні із досягненням інших важливих цілей економічної політики. А повноцінне відновлення ефективного функціонування банківського сектора неможливе без

розв'язання комплексу тих завдань, які спрямовані на забезпечення структурної перебудови економіки, досягнення стабільного економічного зростання, фінансової стійкості і макроекономічної збалансованості.

УДК 336.1:354

Іванова А. М.

к.е.н., викл. Тернопільський національний економічний університет

Вацлавський О. І.

к.е.н., ст. викл. Тернопільський національний економічний університет

ФІНАНСУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ: АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ

Розпочатий в Україні процес децентралізації передбачає реалізацію системи заходів, спрямованих на врегулювання й упорядкування повноважень між державою, регіонами та територіальними громадами, у тому числі, в частині реалізації та фінансування соціальних функцій. Фінансування соціального захисту в Україні здійснюється відповідно до положень ст. 87–91 Бюджетного кодексу України за рахунок державного та місцевих бюджетів [1].

Важливою умовою здійснення ефективного соціального захисту в Україні є розподіл повноважень між центральними та місцевими органами влади. Особливо це актуально в умовах проведення децентралізації, що сприяло зростанню ролі органів місцевого самоврядування у забезпеченні соціального захисту. Структурні підрозділи територіальних органів центральних органів виконавчої влади на базовому рівні надають різноманітні послуги соціального захисту населення, зокрема здійснюють виплату пенсій, субсидій, коменсації, забезпечують надання пільг тощо.

Розподіл повноважень між центральними та територіальними органами виконавчої влади, був викликаний необхідністю підвищення доступності та якості соціальних послуг, збільшення обсягу послуг, що надаються вразливим верствам населення, розширення потенціалу органів місцевого самоврядування у сфері реалізації діяльності з соціального захисту населення громади.

З метою визначення рівня фінансування соціального захисту проаналізуємо динаміку частки видатків Зведеного бюджету України на соціальний захист та соціальне забезпечення у видатках зведеного бюджету та у ВВП протягом 2015–2019 рр. (табл. 1).

**Видатки на соціальний захист і соціальне забезпечення у видатках
зведеного бюджету та ВВП в Україні***

Показники	Роки				
	2015	2016	2017	2018	2019
ВВП, млрд. грн.	1975,5	2383,1	2982,9	3558,7	3974,6
Видатки зведеного бюджету, млрд. грн.	679,9	835,8	1057,0	1250,2	1372,4
Видатки на соціальний захист та. соціальне забезпечення, млрд. грн.	176,3	258,3	285,8	309,4	321,8
Частка видатків на соціальний захист і соціальне забезпечення у видатках зведеного бюджету, %	25,93	30,90	27,04	24,75	23,45
Частка видатків на соціальний захист і соціальне забезпечення у ВВП, %	8,92	10,84	9,58	8,69	8,10

*Складено автором за даними [2; 3].

На основі даних табл. 2 видно, що у 2016 р. частка видатків на соціальний захист і соціальне забезпечення у видатках зведеного бюджету та ВВП досягла найвищого рівня та становила 30,9% та 10,84% відповідно. Частка видатків на соціальний захист і соціальне забезпечення в загальній сумі зведеного бюджету протягом 2015–2019 рр. Характеризується спадною тенденцією починаючи з 2016 р., від 30,9% у. 2016. р. до 23,45% у 2019 р. Коливання видатків на соціальний захист і соціальне забезпечення за аналізований період у ВВП у межах 8,1–10,84% є доволі значним та свідчить про значимість соціальної функції держави щодо соціального забезпечення й соціального захисту в Україні.

Такий розподіл частки видатків на соціальний захист в загальній сумі видатків зведеного бюджету в Україні є схожим до відповідного розподілу в деяких Європейських країнах. Зокрема в Італії цей показник становить близько 28,9%, у Німеччині – 25,0%, у Польщі – 19,4% [4].

Для більш якісного аналізу слід розглянути динаміку зміни видатків Державного бюджету України та місцевих бюджетів на соціальний захист і соціальне забезпечення протягом 2015–2019 рр. (рис. 1).

Як видно з рис. 1, найбільш рівномірний розподіл видатків на соціальний захист між державним та місцевими бюджетами був у 2017 р, де перевищення видатків на соціальний захист із державного бюджету над місцевими бюджетами становило лише 2%. В інші роки, спостерігаються значні диспропорції здійснених видатків, особливо яскраво це спостерігається у 2019 р, де вищезазначений показник становить 53%. Тобто, фінансування соціального захисту із державного бюджету на 53% вище, ніж із місцевих бюджетів, що свідчить про посилення ролі держави у забезпеченні соціального захисту, в той час, як роль місцевих бюджетів у цьому процесі зменшується. Якщо розглядати це явище з позицій проведення децентралізації, то такий розподіл видатків є нелогічним і свідчить про певні дисбаланси у проведенні децентралізації.



Рис. 1. Динаміка видатків Державного бюджету України та місцевих бюджетів на соціальний захист і соціальне забезпечення у 2015–2019 рр., млрд. грн.*

*Складено автором за даними [3].

Отже, протягом 2015–2019 рр. здійснювалися значні видатки державного бюджету та місцевих бюджетів на соціальне забезпечення, однак цих коштів не вистачає для ефективного вирішення проблеми соціального захисту населення в Україні.

Література

1. Бюджетний кодекс України: Закон України від 08.07.2010 р. № 2456-VI. (у ред. від 18.04.2020 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17>.
2. Валовий внутрішній продукт України (за даними Міністерства фінансів України). URL: <http://index.minfin.com.ua/index/gdp>.
3. Звітність про виконання Державного бюджету за 2015–2019 рр. (за даними Державної казначейської служби України). URL: <https://www.treasury.gov.ua/ua/file-storage/vikonannya-derzhavnogo-byudzhetu>.
4. Social Expenditure Database / OECD. URL: http://stats.oecd.org/Index.aspx?datasetcode=SOCX_AGG.

UCD 339.97

Gloire Mavinga Matondo

Bachelor in Economic and Management
Sciences 2015, DR Congo Kongo University
Bachelor student of the Department of
International Economic Relations, Ternopil
National Economic University.

THE ROLE OF FINANCE IN ECONOMIC GROWTH: A FUNCTIONAL DETERMINATION AND MODELS OF DEVELOPMENT. CASE STUDY OF THE DEMOCRATIC REPUBLIC OF THE CONGO

The financial system is the central nervous system of modern market economies. Without a functioning banking and payment system, it would be

impossible to manage the complex set of economic relationships necessary for a decentralized economy characterized by a high level of division and specialization of labor.

Finance can promote economic development in four different ways (Levine, 2005): 1°by pooling savings through diversification and risk management; 2°by facilitating the exchange of goods and services through the reduction of transaction costs; (3) improving the distribution of capital through the production of ex ante information on investment opportunities; and 4° by increasing the propensity of investors to finance new projects through ex post controls and corporate governance.

In the current context of globalization, where each state aspires to economic growth and development, it imposes on each of them the optimal manipulation of economic policy instruments. Financial development, through the mobilization of savings, the efficient allocation of resources, managerial control, risk management and the offer of services facilitating trade, remains a stimulus for economic growth. The recent financial crisis (including that of the Subprimes) marked a turning point in the understanding of macroeconomic mechanisms. This crisis not only lays the foundations for a new macro economy (the financial crisis having significantly modified all forecasts for economic growth), but it also poses more fundamentally the question of the contribution of banks and finance to economic growth. If we admit today that banks and financial markets have a role in the economy, and that the broader financial system (banks and financial markets) helps to stimulate the economy, then it is no longer possible to envisage macroeconomic balances without integrating financial parameters (for example financial intermediation or capitalization) [Lima, P. 2012; p. 9].

In the Democratic Republic of Congo (DRC), bank credit has increased rapidly but remains scarce, expensive, short-term, poorly diversified, inefficient, fragmented and highly concentrated. Between 2006 and 2013, domestic credit more than tripled, but increased only to around 11% of GDP. Access to conventional financial services is difficult for most of the population, in 2011, only 2% of adults had obtained a bank loan (with an average of 5% in SSA; World Bank's 2011 Findex survey) and only 4% adults have an account with a formal financial institution (with an average of 24% in SSA, World Bank's 2011 Findex survey).

The rural areas which are full of the bulk of the population have almost no traditional bank counters, very few banks and other financial institutions are specialized in financing the agricultural sector and SME sector. Yet these sectors contribute significantly to GDP, and offer enormous potential for reviving economic growth and development (Bomda, J. (2010, p19). Yet agriculture, industry, service, and trade allows the diversification of the economy and has a positive impact on growth, but the desired level for more diversified economic growth in DR Congo has not yet been reached (Kabwe, F. [2015, p.18])

At the end of the study assessing the effect of financial intermediation on economic growth in the DRC led by Gaston fils Lonzo Lubu, the results from econometric approaches show that financial intermediation has a positive and significant effect on economic growth in the DRC, either directly or through an indirect channel through inflation, the exchange rate and the money supply before

impact on the level of overall economic activity of production in the Democratic Republic of Congo.

To conclude, I would say that finance can do wonders for economic development, but, like any powerful tool, it can also cause significant damage. Developing countries should not hesitate to carry out political reforms aimed at expanding the size and efficiency of their financial sectors, but decision-makers must not lose sight of the fact that such a reform process must be combined with a mechanism powerful and comprehensive regulatory. This is not an easy task. The current crisis shows that financial regulation is far from perfect, even in the most sophisticated financial systems, and may be sorely lacking in some countries with a fledgling financial market.

References

1. **Central Bank of Congo** (2012 a), *Annual Report, Kinshasa, DRC* (2012 b), *Report on Monetary Policy in 2012*, 77 p. (2006 to 2013), "Annual report", Kinshasa, DRC.
2. **World Bank** (2014): 'World Development Indicators 2014', *International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank, Washington DC*, 136 p.
3. **Limna, P.** (2012), "Banking economy and economic growth", course ed. Dunod, Paris, p. 18.
4. **Gaston L. V.** *Financial intermediation and Economic growth in DR Congo*, 2015, University of Kinshasa.

УДК 336.74

Савонік Т.П.,

викладач кафедри фундаментальних
та спеціальних дисциплін,
Нововолинський навчально-науковий інститут
економіки та менеджменту,
Тернопільський національний економічний
університет

ВАЛЮТНИЙ РИНОК УКРАЇНИ: СТАН ТА ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ

Стан валютного ринку певним чином відображає розвиток економіки країни вцілому, тому його стабільність – це запорука успішної та конкурентної економіки держави.

Сучасний валютний ринок України вимушений працювати в умовах ситуативних дисбалансів та соціально-політичної напруженості в суспільстві. Це, в свою чергу, спричинено політичною нестабільністю, воєнними діями на сході країни, а в останні місяці й вимушеним карантинном, який пригальмував економіку не лише України, але й світу.

Так, за останній рік спостерігаємо вкрай нестабільний курс гривні до долара США (рис. 1).

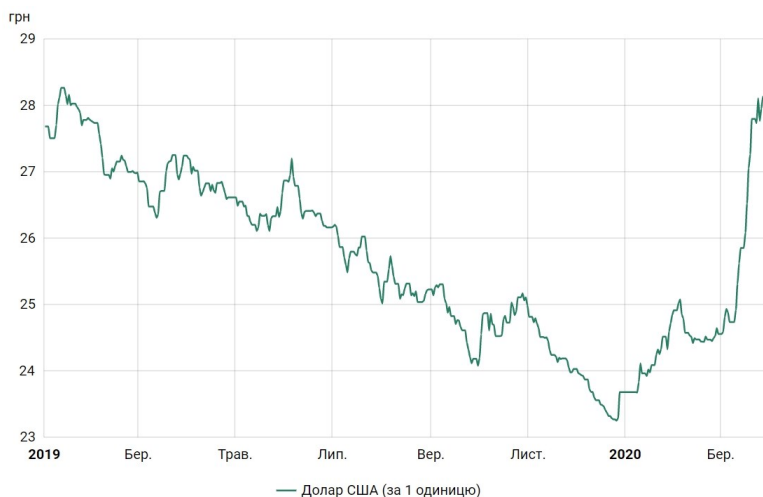


Рис. 1. Офіційний курс гривні щодо долара США [2]

Станом на січень 2019 року найвищий офіційний курс гривні до долара США перебував на рівні 28,27 грн. Тенденція до зміцнення гривні спостерігалася до кінця року, досягнувши найвищої позначки у грудні 2019 року – 23,28 грн. за долар США.

З кінця грудня 2019 року гривня почала девальвувати. Найвища позначка ціни у січні 2020 року гривні до долара США становила 24,92 грн. Стрімке здорожчання іноземної валюти було спровоковано здебільшого нестабільністю світової економіки через пандемію корона вірусу і значно вплинуло на знецінення і української гривні. Цей період в Україні більшою мірою спостерігався з кінця лютого до кінця березня 2020 року. Найвища ціна долара США за цей період склала 28,14 грн. за одиницю. [2].

Різкі коливання курсу національної валюти по відношенню до іноземних завжди є негативними, оскільки провокують нестабільність та невизначеність економіки.

Тому, проаналізувавши динаміку курсу національної валюти, варто виділити основні проблеми, що потребують швидкого вирішення:

- наявність тенденцій до різкої девальвації або ревальвації гривні відносно іноземних валют;
- значне підвищення попиту на іноземні валюти у населення внаслідок втрати довіри до національної економіки, що призводить до зростання рівня доларизації;
- необхідність стабілізації валютного ринку України шляхом удосконалення валютного законодавства;
- низька ефективність функціонування самих державних регуляторів через відсутність чіткого розподілу функцій валютного регулювання та валютного контролю між державними органами [1, с. 44].

Крім того ефективному функціонуванню валютного ринку в Україні перешкоджають:

- високий рівень невизначеності щодо розвитку світової економіки та зовнішніх фінансових ринків;
- погіршення стану та структури платіжного балансу;

- стабільно наявний дефіцит державного бюджету;
- високий рівень зовнішньої заборгованості тощо.

За таких умов зростає недовіра до Національного банку України, що супроводжується нерівномірністю фінансових потоків через збільшення спекулятивних капіталів, що в свою чергу провокує виникнення валютних криз.

Таким чином, сучасний стан валютного ринку України характеризується значними проблемами, які заважають йому ефективно функціонувати, а також сприяти стабільному розвитку вітчизняної економіки. З метою покращення ситуації потрібно здійснити комплекс заходів, які за умови ефективного їх проведення, забезпечать стабільний розвиток валютного ринку. А розпочати потрібно із заходів, які в найкоротші терміни позитивно вплинуть на даний сегмент економіки, серед яких: запобігання різким ситуативним коливанням гривні та збереження її прогнозованої динаміки, оптимізація механізму регулювання платіжного балансу, а також скорочення зовнішньої заборгованості України. Ці та інші заходи зможуть у найкоротші терміни стабілізувати валютний ринок, підтримають грошову систему та національну грошову одиницю.

Література

1. Мещераков А. А. Проблеми розвитку валютного ринку України в контексті забезпечення фінансової безпеки / А. А. Мещераков, С. В. Сопотян // Вісник Академії митної служби України. Сер.: Економіка. – 2014. – № 1. – С. 40–45.
2. Національний банк України.: офіційний курс гривні щодо іноземних валют [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://bank.gov.ua/ua/markets/exchangerate-chart?startDate=01.01.2019&endDate=01.01.2020>.

УДК 336.71

Федорович І. М.,

старший викладач кафедри фінансового
менеджменту та страхування,

Тернопільський національний економічний
університет

НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ НЕБАНКІВСЬКИХ ФІНАСОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

В останні роки інтерес до дослідження ролі та значення ринків небанківських фінансових послуг постійно зростає. Цей процес обумовлений докорінною зміною структури фінансового ринку та появою на ньому відносно нових фінансових посередників – небанківських фінансових інститутів. Необхідність та розвиток інституційних учасників фінансового ринку, які організують і стимулюють процес акумулювання фінансових ресурсів, їхню трансформацію в інвестиційні ресурси має важливе значення для розвитку економіки.

Ключовими елементами фінансового ринку є банки та небанківські фінансові установи. Початок XXI століття відзначається помітним зростанням ролі небанківських фінансових інститутів на ринках фінансових послуг, в тому числі в Україні. Інститути спільного інвестування, пенсійні фонди, страхові компанії та інші фінансові інститути залучають все більше грошових ресурсів і активніше беруть участь в операціях на фінансовому ринку, набуваючи дедалі більшого значення. Інтенсивний розвиток небанківських фінансових інститутів створює передумови для зростання економічної і фінансової ролі цих інститутів.

Виокремлення небанківських фінансових інститутів в окрему ланку зумовлене існуванням певних відмінностей у посередницькій діяльності їх та банків. Проте, як уже зазначалось раніше, вітчизняне законодавство, що регулює діяльність ринків небанківських послуг, є недосконалим. Підвищення рівня нагляду за діяльністю учасників фінансового ринку, особливо тих, що безпосередньо залучають кошти, є найбільш пріоритетним на сучасному етапі їхнього становлення [1, с. 208].

До створення Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг нагляд за діяльністю був практично відсутній або носив епізодичний характер. На сьогодні регуляторна діяльність має здебільшого формальні ознаки і полягає в основному у контролі за наданням звітностей та термінами їхньої подачі [2, с. 103]. Нагляд за діяльністю більшості ринків небанківських послуг є досить ліберальним. Це пов'язано з нерозвиненістю самого фінансового ринку, а тому на початковому етапі основною задачею контролюючих органів є пришвидшення його формування. Але така ситуація може нести потенційні загрози, адже обсяги як активів, так і пасивів учасників фінансового ринку, особливо тих, що залучають фінансові ресурси фізичних і юридичних осіб, постійно зростають, а їх гарантування знаходиться лише у межах капіталу тієї чи іншої установи.

З позиції вдосконалення діяльності Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг, пропонується вжити такі заходи:

- 1) на основі дослідження існуючих, забезпечити впровадження у практику нових методик нагляду у сфері регулювання ринків небанківських фінансових послуг. Тобто доцільно розширити зміст аналітичної роботи, доповнюючи її не тільки загальними статистичними даними, але й дослідженням ризиків, що виникають у сфері їхнього функціонування. Другим аспектом даного завдання є розвиток системи раннього попередження можливих фінансових проблем учасників фінансового ринку, що буде також включати аналіз звітності та інспекційні перевірки;

- 2) вдосконалити порядок формування резервів на можливі втрати. Доцільним є розширення складу інструментів, по яким окремі учасники фінансового ринку мають формувати резерви на можливі втрати;

- 3) удосконалити нормативно-правове забезпечення з питань пруденційного нагляду;

- 4) поступово впроваджувати міжнародні стандарти регулювання та контролю за діяльністю учасників ринків небанківських фінансових послуг.

Слід зазначити, що досвід регуляторної діяльності на ринках небанківських фінансових послуг є досить обмежений. Зростаючі обсяги активів учасників ринку вимагають впровадження методик, що будуть забезпечувати їхню стабільність. Однією з них може бути прийняття фінансових нормативів, обов'язковість виконання яких дозволить Національній комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг створити систему пруденціального нагляду. Тому першочерговими завданнями у даному напрямі, на нашу думку, мають бути: дослідження існуючих нормативно-правових актів щодо фінансових нормативів інституційних учасників ринків небанківських фінансових послуг; виокремлення за напрямками (видами) тих з них, щодо яких необхідне впровадження окремих фінансових нормативів; надання рекомендацій щодо удосконалення груп існуючих фінансових нормативів.

Виходячи із регуляторної діяльності Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг, вдосконалення потребує і моніторинг діяльності інституційних учасників ринку. Для підвищення рівня моніторингу доцільно, на нашу думку, вжити такі заходи: вдосконалити вимоги, що пред'являються до інституційних учасників ринку в сфері ліцензування; вдосконалити нормативно-правові акти щодо звітності та виконання нормативів інституційних учасників ринків небанківських фінансових послуг, особливо тих, які залучають кошти (страхові компанії, недержавні пенсійні фонди, фінансові компанії); здійснити поступовий перехід від моніторингу фінансового стану у відповідності до звітів, що надаються окремими фінансовими установами, до впровадження системи оцінки ризиків, що впливають на їхню діяльність.

Література

1. Тустановський Ю. Г. *Теоретико-методологічна суть фінансового посередництва. Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2018. Вип. 1. С. 207–210.*
2. Лапко О. О. *Моделювання тенденцій розвитку небанківських фінансових установ в Україні. Бізнес Інформ. 2015. № 2. С. 103–107.*

УДК 336.2:346.12

Tsizhma O.

scientific candidate,

Vasyl Stefanyk Precarpathian National University

SAVINGS IN BANKING INSTITUTIONS AS A FACTOR OF FORMATION OF LABOR POTENTIAL OF UKRAINE

Money savings are of great importance for households and are one of the important sources of investment into the Ukraine's economy. Savings provide a steady increase in labor productivity, household employment, maximum consumption per employee and, finally, optimize welfare of the population. Since in the

composition of banking resources significant share comprise deposits of individuals, then it is advisable to analyze the activities of banks in the formation and use of household savings. The very deposits of individuals play a significant role in the formation of banking resources and are the level of confidence of customers in the banking system.

To the study of banking practice of attracting savings of households the works of domestic economists were devoted to, in particular Yu. M. Galitseyska [1], T. O. Kizyma [2], V. V. Kovalenko [3], Ya. I. Chaikovskiy [4] and others. However, the problems of organizing deposit operations of banks in order to form banking resources as a factor of improving the efficiency of labor potential and their investment into the real economy require further research, especially taking into account the latest realities of the Ukrainian economy.

The purpose of the article is the analysis of the current state and development of the corresponding measures for the development and improvement of deposit operations of banks with households for expanding their lending and investment activities. To achieve this goal, the solution of the following tasks has been determined: to investigate the dynamics and structure of residents' deposits which are attracted by deposit-taking corporations, by economic sectors and by currency; to conduct analysis of the current state of deposit operations of banking institutions of Ukraine; to identify the problems of formation of savings of the population and to propose the main directions of improving management of deposit operations of banking institutions at the present stage of development.

During 2015–2019 residents' deposits increased by UAH 354.938 million, or by 49.5 per cent. This indicates to an increase in confidence of residents, both of non-financial corporations and households, in 2015–2019 to the banking system and acceptable proposals of banks to attract funds on deposits of legal entities and deposits of individuals. By sectors of the economy, the share of households in residents' deposits decreased from 57.3 per cent in 2015 to 55.1 per cent, in 2017, in 2018 it increased to 56.8 per cent, and in 2019 it decreased again to 53.8 per cent.

Deposits of the household sector are one of the main sources of increasing deposits of residents in 2015–2019 which indicates to constant confidence of the population in the banking system of Ukraine. According to the results of 2019, the increase in balances on household accounts amounted to UAH 45.876 million, or 33.1 per cent, of the total increase in residents' deposits. In annual calculation the growth rates of household deposits amounted to 1.6 per cent and as of January 1, 2020 they amounted to UAH 576.126 million. During 2015–2019, deposits of non-financial corporations increased by UAH 168.283 million, or 63.4 per cent, from UAH 265.448 million in 2015 to UAH 433,731 million in 2019.

According to the data we can assert about restoration of some financial stability and confidence in the banking system by all sectors of the economy after the crisis of 2014–2017. As beginning from 2015, the growth rate of deposits in all sectors is obvious, besides that the structure of investments itself remains practically unchanged, in particular as of January 1, 2020, the share of deposits of the household sector comprised 53.8 per cent of residents' deposits attracted by deposit-taking

corporations, 40.5 per cent of non-financial corporations and 5.7 per cent of other residents.

2019 was a successful year for the banking sector – several historical records were updated. In 2019, the profit of the Ukrainian banking system exceeded the last year's historical record 2.7 times, from UAH 22.3 billion up to UAH 59.6 billion. Return on capital in the banking sector reached 34 per cent. This became possible both due to the rapid growth of operating income and the lowest in the decade deduction to reserves for active operations of banking institutions. In 2019, due to the slowdown of inflation, the cycle of reduction of the interest rate of the National Bank of Ukraine (NBU) began. All this is due to low inflation and macro-financial stability. In such favorable conditions, banks will not have problems with creating a stock of capital necessary for meeting the increased requirements in the future [5, p. 1].

Further researches of effective methods of supporting the deposit market of Ukraine and the relationship between deposit and credit operations of banking institutions will allow to suggest ways for increasing the implementation of their main function concerning rational redistribution of banking resources.

Література

1. Галіцейська Ю. М. Ресурсна база комерційних банків: сучасний стан та можливі напрями оптимізації. *Вісник Тернопільського державного економічного університету*. 2006. № 3. С. 124–130.

2. Кізима Т. О. Заощадження домогосподарств: світовий досвід і вітчизняні реалії. *Інноваційна економіка*. 2013. № 7. С. 171–176. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2013_7_41. (дата звернення: 12.05.2020).

3. Коваленко В. В., Сергєєва О. С. Заощадження населення у забезпеченні фінансових ресурсів банків. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 28. С. 275–283.

4. Чайковський Я., Чайковська І. Аналіз сучасного стану та роль депозитних коштів у кредитній діяльності банків в Україні. *Наука молода. Збірник наукових праць молодих вчених Тернопільського національного економічного університету*. 2014. Випуск 21. С. 282–292.

5. Огляд банківського сектору, лютий 2020. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Banking_Sector_Review_2020-02.pdf?v=4. (дата звернення: 11.05.2020).

УДК 336.1

Шаповалов Є. О.

аспірант кафедри податків та фіскальної політики,
Тернопільський національний економічний
університет

ПРАКТИЧНИ АСПЕКТИ ТА НЕДОЛІКИ АДМІНІСТРУВАННЯ ПОДАТКУ НА НЕРУХОМЕ МАЙНО, ВІДМІННЕ ВІД ЗЕМЕЛЬНОЇ ДІЛЯНКИ

Повноцінна децентралізація є неможливою без забезпечення громад належним фінансовим ресурсом та інструментами впливу на нього.

Відповідно до Європейської Хартії місцевого самоврядування, принаймні частина фінансових ресурсів органів місцевого самоврядування повинна бути сформованою за рахунок місцевих податків та зборів, розмір яких вони мають повноваження встановлювати в межах закону [1]. Одним із місцевих податків в Україні є податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки.

Місцеві ради відповідно до чинного законодавства до 01 липня року, що передує базовому, вирішують питання щодо встановлення податку на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки [2]. Водночас на практиці виникає чимало актуальних питань та проблем щодо даного платежу, що потребують подальшого вивчення та вдосконалення.

Зокрема, у структурі зведених доходів загального фонду бюджетів об'єднаних територіальних громад Вінницької області за 2019 рік сума податку на нерухомість склала 21 835,1 тис. грн, або 1,8%.

При розгляді бюджетів міст обласного значення Вінниччини, де проживає велика кількість людей, і відповідно наявна більша база оподаткування ситуація є майже ідентичною (табл. 1), що вказує на незначну питому вагу податку на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки в структурі доходів загального фонду місцевих бюджетів Вінниччини.

Таблиця 1

Питома вага податку на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки в структурі доходів загального фонду бюджетів міст обласного значення Вінницької області

Назва міста обласного значення	Доходи загального фонду	Податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки	Питома вага податку на нерухоме майно в структурі доходів загального фонду, %
м. Вінниця	2 900 430,81	65 263,87	2,25
м. Жмеринка	229 693,60	1 574,23	0,69
м. Козятин	188 179,46	2 062,25	1,10
м. Ладижин	232 171,85	614,84	0,26
м. Могилів-Подільський	124 251,96	5 970,29	4,80
м. Хмільник	135 377,50	2 345,58	1,73
Разом	3 810 105,19	77 831,06	2,04

*складено автором на основі [3]

Таким чином, можна дійти до висновку, що фіскальна функція даного податку не виконується в повній мірі. Причин для цього є декілька.

По-перше, по податку на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки, законодавчо визначена гранична максимальна межа у розмірі, що не перевищує 1,5% розміру мінімальної заробітної плати, встановленої на 1 січня, за 1 квадратний метр (на 2020 рік – 70,85 грн.). Водночас, мінімальна межа ставок не визначена. Місцеве самоврядування в Україні є колегіальним. Будь-яке рішення ради, особливо із бюджетних питань, – компроміс між депутатами та головою. Зазвичай депутатами місцевих рад стають представники місцевої еліти, для яких встановлення максимальних ставок не вигідним із особистої точки зору. Це

призводить до зловживання окремих рад при затвердженні ставок місцевих податків та їх незацікавленості у збільшенні їх фінансового ресурсу. Велика кількість місцевих рад з року в рік своїми рішеннями затверджують нульові ставки оподаткування об'єктів нерухомого майна (особливо нежитлової площі) або 0,01% розміру мінімальної заробітної плати.

Зокрема, через це виникає ситуація, коли контролюючі органи не приділяють значну увагу адмініструванню даного податку через його низьку питому вагу та прийняті низькі ставки. Нерідко процес виписки та надсилання рекомендованим листом платнику-фізичній особі податкового повідомлення-рішення (орієнтовно 30–40 грн) коштує дорожче, ніж сума податку до сплати.

Також, перелік об'єктів оподаткування відображається у Державному реєстрі речових прав на нерухоме майно. Податкові органи повідомляють платників – фізичних осіб за місцем податкової адреси про суму нарахованого податку виходячи із даних реєстру. Однак, інформація в реєстрі не є повною, що не дає можливості виконавчим органам місцевих рад здійснювати ефективний податковий менеджмент та бюджетне планування.

Зважаючи на вищевказане, доцільною є низка наступних заходів: законодавчо закріпити мінімальну межу встановлення місцевими радами ставок місцевих податків та зборів, вдосконалення програмного забезпечення, що використовується органами державної реєстрації прав на нерухоме майно, шляхом створення єдиної уніфікованої бази даних про майно, що знаходиться у власності фізичних та юридичних осіб. Також, окремому вивченню підлягає можливість передачі функції адміністрування місцевих податків органам місцевого самоврядування на рівні обласних центрів та міст обласного значення, що збільшить мотивацію та дасть громадам інструменти реального впливу потенційні бюджетні ресурси.

Література

1. *Європейська хартія місцевого самоврядування (відповідає офіц. текстові).* – Київ : Офіційний вісник України 2015 р., № 24, / № 39, 2013, ст. 1418.
2. *Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» : за станом на 02 квітня 2020 р. / Верховна Рада України – Київ : Парлам. вид-во, – 1997 р., № 24, стаття 170.*
3. *Державний веб-портал бюджету для громадян [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://openbudget.gov.ua>.*
4. *Податковий кодекс України : станом на 02 квітня 2020 р. / Верховна Рада України – Київ : Голос України, – 2010 – № 229, / С. 229–230.*

Шевчук А. М.

Викладач кафедри податків та фіскальної політики,

Тернопільський національний економічний університет

СИСТЕМА МОНІТОРИНГУ ПОДАТКОВОГО РИЗИКУ

Основними тенденціями у сучасному світі визначається виняткова роль інформації при прийнятті конкретних рішень. Саме для інформаційного забезпечення було запроваджено моніторинг ризиків, однак для підтримки прийняття рішення потрібною є моніторингова інформація не у первинному вигляді (тобто констатація фактів), а в опрацьованому, яка є результатом взаємодії цілого комплексу дій (збирання, систематизації, оброблення даних, формування звітності в зручних форматах). Процес збирання, оброблення, передавання, зберігання та візуалізації результатів роботи потребують створення власне системи моніторингу, обґрунтованої стосовно складу і структури, з врахуванням поставлених завдань, а також розроблення комплексу моделей для вирішення цих завдань. Своєю чергою, це потребує використання прийомів системного аналізу та системного підходу. З огляду на це, ми пропонуємо означення сутності системи моніторингу податкового ризику як комплексу методів і прийомів, котрі забезпечують безперервне відстежування динаміки змін чинників податкового ризику, дотримання допустимих критеріїв ризику з одночасною систематизацією, обробленням та візуалізацією даних для інформаційного забезпечення управлінських рішень з механізмом зворотного зв'язку.

У цьому плані основними завданнями моніторингу податкових ризиків є:

- Систематизація і постійне оновлення інформації про податкові ризики;
- Контроль за дотриманням платниками податкового законодавства;
- Ефективне використання наявних фінансових і трудових ресурсів;
- Підвищення ефективності контрольно-перевірочної роботи.

Однак досягнення основних цілей моніторингу можливе лише при дотриманні основних правил моніторингу податкових ризиків, які ми систематизували у дванадцять принципів (рис. 1).

Моніторинг податкових ризиків – це в першу чергу інформаційна система, яка може потерпати від таких загроз як несанкціонований доступ і вплив інформації, яка є конфіденційною або таємною, що може створити проблеми як податковим органам, так і платникам податків. На сьогодні захист інформації з обмеженим доступом є основним завданням податкових органів на шляху до забезпечення інформаційної безпеки. Недостатня захищеність податкової інформації може завдати суттєвої шкоди процесу моніторингу податкових ризиків [1, с. 105].



Рис. 1 Принципи моніторингу податкових ризиків

Для моніторингу податкових ризиків необхідне об'єктивне та ґрунтовне опрацювання інформації з усіх наявних джерел [1, с. 188]:

- загальні дані економіки;
- інформація, що надходить від платників податків;
- інформація накопичена в податкових органах;
- інформація надана третіми особами;
- інформація наявна в інтернет-ресурсах і засобах масової інформації.

Відлагоджена співпраця між державними органами з приводу обміну необхідною інформацією має значний вплив на ефективність діяльності податкових органів, швидкість та якість прийнятих рішень. Однак головною проблемою при такому обміні є доступ кожного органу до інформації і при цьому забезпечення конфіденційності. Тут необхідною умовою має стати законодавче врегулювання захисту інформаційних ресурсів у нормативно-правовому порядку.

Література

1. Десятнюк О. М. Моніторинг податкових ризиків: теорія та практика: моногр. / О. М. Десятнюк. – Тернопіль: ТНЕУ. – 2009. – 312 с.
2. Панасейко С. М. Оптимізація адміністрування податків на основі моніторингу податкових ризиків / Панасейко С. М. Панасейко І. М. // Вісник Дніпропетровської державної фінансової академії. 2013 – № 2(20). – С. 84–90.

СЕКЦІЯ 4

ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА ЯК СУЧАСНИЙ ВИКЛИК ЗМІНИ ЦІННОСТЕЙ ТА ОРІЄНТИРІВ

ОСОБЛИВОСТІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ

Характерною рисою сучасного економічного розвитку є швидке впровадження новітніх інформаційних технологій. Сьогодні важко уявити суспільство, яке не використовує гаджети чи цифрові послуги. Доступ до технологій та їх глобалізації, підвищення комфорту в професійній діяльності, конкурентні переваги технології та візуальні ефекти сприяють швидкому поширенню цифрових технологій.

Цифрова економіка – це економіка, яка базується на цифрових комп'ютерних технологіях [2]. Альтернативними назвами є інтернет-економіка, нова економіка або веб-економіка. В реальному житті вона з кожним днем все більше переплітається з традиційною економікою, чим поступово змиває раніше чіткі кордони між ними.

Цифрова епоха поступово змінює способи ведення бізнесу, а також вимоги до інформаційних технологій, які використовуються. Ці зміни торкаються усієї системи інформаційного забезпечення соціально-економічних процесів, в якій традиційно значну роль відіграє бухгалтерський облік з його функціоналом збору, обробки й надання економічної інформації про діяльність господарюючого суб'єкта [1, 125]. З огляду на це, набувають актуальності питання переосмислення ролі і місця бухгалтерського обліку в інформаційній системі, зокрема при переході на цифрову економіку, дослідження зміни його змістовних, методологічних і концептуальних основ під впливом технологічних можливостей цифровізації і вимог до інформаційного контенту.

Варто зазначити, що хоч цифрова економіка розвивається досить стрімко та динамічно, проте спостерігається її фрагментарність. Увага приділяється лише окремим питанням цифрової економіки, в той час, як цілісного наукового підходу щодо обліку і оподаткування ще не сформовано [3, 177]. Прогрес в області інформаційних технологій та його вплив на бухгалтерський облік змушують бухгалтера використовувати нові інструменти пов'язані з інформаційними системами і технологіями.

Суттєвим надбанням цифрової економіки виступає технологія безконтактної ідентифікації інформації (карткових, біометричних технологій, технологій штрихового кодування, радіочастотної ідентифікації, мовленнєвого введення даних, машинного зору), зокрема QR-кодів та пристроїв для їх зчитування. Ця технологія може суттєво спростити та суттєво пришвидшити процес збору обробки та передачі інформації при здійсненні процесу інвентаризації. А також мінімізує імовірність втрати даних та впливу людського фактора.

Ще одним надбанням є цифрова фінансова звітність. Це фінансова звітність, яку складають із використанням структурованою комп'ютерно-орієнтованої форми, електронних версій паперових звітів, таких як HTML, PDF, або як документ у форматі будь-якого текстового редактора. Така звітність розпізнається як людьми, так і машиними процесами. Комп'ютеризація завдань та процесів, які раніше виконувалися людьми, призводить до зменшення витрат праці, пов'язаних із складанням фінансових звітів, мінімізацію впливу людського фактора, підвищення якості і зменшення ризику невідповідності, суттєво зменшує термін складання фінансових звітів.

Бухгалтерський облік, як мова бізнесу, просто зобов'язаний освоїти новітню термінологію, навчитись працювати з новими категоріями та об'єктами з метою адекватного відображення економічної реальності, як у власній у системі обліку, так і у фінансовій звітності. Це дозволить забезпечити їх достатньо прозоре розкриття, що є необхідним для задоволення інформаційних потреб користувачів. Існує ціла низка інших проблем діджиталізації, які потребують подальших досліджень. Адже, чинна система обліку не готова до вірного відображення фактів, які у найближчому майбутньому стануть звичайною практикою, не говорячи вже про повний перехід обліку на сучасні блокчейн технології. Проте, інформаційні технології та віртуальні ринки тільки набирають оберти у своєму розвитку.

Тобто, суттєві технологічні та інформаційні зміни, спричинені діджиталізацією економіки, а також розширення інформаційного потенціалу економічного простору сприяють розвитку методології та організації процесу обліку, стимулюють модернізацію науки про бухгалтерський облік, актуалізують проблему позиціонування облікової системи, та підвищення престижу професії бухгалтера. В умовах розвитку інформаційної компанії та цифрової економіки існує ряд передумов для нових парадигм бухгалтерського обліку, контури якої лише вимальовуються, тому дуже важливими є подальші наукові здобутки в цій галузі – нові концепції, дослідницькі підходи, розробки певних видів обліку тощо.

Література

1. Матвейчук Л. О. Цифрова економіка: теоретичні аспекти. Вісник Запорізького національного університету. 2018. № 4 (40). С. 116–127. URL: <https://doi.org/10.26661/2414-0287-2018-4-40-18>.
2. Про Концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки: Розпорядження кабінету міністрів України від 17.01.2018 № 67-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80> (дата звернення: 27.04.2020).
3. Хорунжак Н. М., Лукановська І. Р. Облік в умовах цифрової економіки: проблеми і перспективи. Науковий журнал “Причорноморські економічні студії”. 2019. № 45. – С. 175–179. URL: <https://doi.org/10.32843/bses.45-32>.

Бінчаровська Т. А.,

к.е.н., ст. викл. кафедри обліку

та економіко-правового забезпечення АПБ,
Тернопільський національний економічний
університет

РОЛЬ ЦИФРОВОЇ ГРАМОТНОСТІ НАСЕЛЕННЯ В ПРОЦЕСАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ КРАЇНИ

Цифровізація суспільства формує нові вимоги до рівня знань і компетенцій найнятого персоналу. Працівники використовують цифрові навички не лише у складному аналізі даних та розробці алгоритмів, високотехнологічному машинобудуванні, урізноманітненні й удосконаленні робіт, а й у наданні послуг, торгівлі, веденні бізнесу. Поряд зі зростанням попиту на фахівців з інформаційно-комунікаційних технологій, які у 2019 році мали найвищий рівень зайнятості з поміж основних професій світу, зростають вимоги до рівня цифрових навичок персоналу будь-яких видів економічної діяльності.

Цифрова ера не настільки далека й невідома, як нам здавалось донедавна. Люди почали не лише стикатись з гаджетами щодня, але й дозволили їм стати частиною їх повсякденного життя. Ці процеси призвели до поступового оновлення понятійного апарату, введення до наукового обігу нових дефініцій й переосмислення наявних. Аналіз наукових праць вчених засвідчує їх інтерес до нових тенденцій «цифровізації». У наукових розвідках останніх років з'явилося чимало нових та оновлених понять і термінів, так чи інакше пов'язаних з упровадженням інформаційно-комунікаційних технологій: «комп'ютерна грамотність», «кіберграмотність», «Інтернет-грамотність» та «цифрова грамотність». Аналізуючи проблеми, пов'язані з використанням комп'ютерних технологій, вітчизняні і зарубіжні науковці все частіше вживають поняття «цифрової грамотності». Цифрова грамотність вказує передусім на досконале користування електронними засобами, на сформованість умінь і навичок роботи з «цифрою».

Поняття цифрової грамотності (digital literacy) є широко вживаним закордоном. На початку XXI століття з розвитком Інтернету зарубіжними науковцями (П. Гілстер (P. Gilster), Г. Дженкінс (H. Jenkins), М. Варшавер (M. Warschauer) та Т. Матучняк (T. Matuchniak), А. Мартін (A. Martin), Е. Харгітай (E. Hargittai) та ін.) було сформульовано концепцію «цифрової грамотності» як системи когнітивних, соціальних і технічних навичок, які гарантують якісне існування людини в інформаційному середовищі. Наразі дослідники розглядають цифрову грамотність як більш складне поняття, яке характеризується комплексом складників, серед яких:

- комп'ютерна грамотність (computer literacy) як ефективне використання електронних пристроїв та програмного забезпечення;
- інформаційна грамотність (information literacy) – навички самостійного пошуку, аналізу, критичного осмислення інформаційних даних;

- компетентне користування соціальними медіа (socialmedia literacy);
- використання мережевих технологій (network literacy) з розумінням основ мережевої безпеки і стандартів нетикету [1, с. 5].

Не достатньо розуміючи проблеми, що існують в цифровому світі користувачі наражають себе на небезпеку. Слід формувати вміння і навички забезпечувати безпеку під час комунікації при роботі з інформацією в мережі Інтернет, технічної безпеки, безпеки у спілкуванні за допомогою месенджерів, безпеки конфіденційності персональних даних. Цифрова грамотність населення формує соціально відповідальне відношення до діяльності в глобальній мережі. Найважливішим вмінням в цифровій грамотності є критичне мислення або можливість уникати хибних суджень про те, що ми знаходимо в Інтернеті.

На думку експертів найбільш значущими та перспективними є зміни в галузі інформаційних технологій, що пов'язані з [2]:

- початком ери портативних інформаційно-комунікативних пристроїв: мобільних телефонів, смартфонів, планшетів;
- відмова від фізичних носіїв інформації для придбання програмного забезпечення, музичних творів, кінопродукції. Тепер цифровий контент розміщується в онлайн сховищах, тобто використовуються «хмарні технології»;
- поширенням електронних платіжних систем та, навіть, електронної валюти (біткойн);
- змінами у способі життя людини у контексті індивідуалізації, що також торкнеться процесу надання освітніх послуг. Індивідуальне навчання за підтримки систем, що відповідають можливостям кожної людини, призведе до трансформації традиційних навчальних закладів.

Варто слідкувати за європейськими та глобальними цифровими трендами у процесах цифрового розвитку українського суспільства, це дозволить здійснити технологічний прорив і забезпечити рівноправне позиціонування України в світогосподарських процесах.

Література

1. Гаврілова Л. Г. *Цифрова культура, цифрова грамотність, цифрова компетентність як сучасні освітні феномени. Інформаційні технології і засоби навчання, 2017, Том 61, № 5. С. 5–6.*
2. Мерфі С. *Думка: Цифрова грамотність – це не лише «як», але й «чому» [Електронний ресурс] / С. Мерфі; пер. з англ. проект «Медіаграмотність». – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/1757>.*

Борисова Т. М.,

д.е.н., доцент, завідувач кафедри маркетингу,
Тернопільський національний економічний
університет

Крулевський А. В.,

студент,
Тернопільський національний економічний
університет

ІНФОРМАЦІЯ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЕЛЕМЕНТ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Інформація завжди була невід'ємним елементом діяльності будь якого бізнесу, проте у цифровій економіці вона займає особливе місце. Зважаючи на швидкі зміни та велику кількість гравців на ринку, бізнесу необхідно швидко реагувати на ці зміни. Мережа Інтернет – це швидкий майданчик поширення інформації. На зміни, які відбуваються у звичайній економіці, можна відреагувати за день, а у цифровій економіці важлива кожна хвилина. Сьогоднішній світ, який постійно розвивається та зазнає кожного дня значних змін на ринку та у діяльності бізнесу, змушує країни та підприємства все більше занурюватись у цифрову економіку. У даний час на перше місце виходить можливість змінюватись та адаптуватись до будь-яких умов. Зміни та адаптація вслід за собою несуть необхідність змінити підхід до ведення бізнесу, організації роботи команди, комунікацій з клієнтом та ведення маркетингової діяльності. Все це вимагає детального аналізу такого важливого елементу як інформація, що може надходити з різноманітних джерел, залежно від виду діяльності при провадженні бізнесу [1].

У цифровій економіці відсутня фізична вага продукції як така. Дана вага в Інтернет – просторі заміщується інформаційним об'ємом, тому ефективне зберігання, обробка та використання інформації є надзвичайно важливим процесом у діяльності кожного бізнесу. [2].

Аналіз праць науковців [1-3] виявив, що основними вимогами до інформації в епоху цифрової економіки є такі:

- невичерпність – інформація повинна поступати постійно, про кожен аспект діяльності бізнесу та стан ринку для ефективного реагування на зміни;
- точність – інформація повинна відповідати реальності, тому що будь-яка помилка – це втрата грошей у цифровій економіці;
- надійність – інформація повинна бути надійною, тобто поступати тільки з валідних джерел;
- правдивість – джерела поступлення інформації повинні бути ретельно перевірені для того, щоб уникнути спотвореної інформації, яка є загрозою для бізнесу;
- своєчасність – одна із найважливіших вимог, оскільки враховуючи стрімкі зміни на ринку, інформація на підприємстві повинна бути саме тоді, коли потрібно, адже від цього залежить успіх.

У цифровій економіці інформація може спричинити ряд важливих змін та пришвидшити появу нових можливостей у таких системах діяльності компанії, як система управління маркетингом; система управління збутом і сервісом; система документообігу; облікова система; система управління персоналом; система інноваційної діяльності компанії [3].

Отже, інформація по своїй суті є незамінною. Як і в традиційній, так і в цифровій економіці інформація є цінністю. Проте в процесі розвитку цифрової економіки інформація набуватиме більших об'ємів, будуть застосовуватися різноманітні підходи до її збирання, оброблення та використання. Вважаємо, що з часом інформація набуватиме все більшої цінності. Тому, хто володітиме інформацією, буде забезпечено успіх, на противагу конкурентам, які будуть недостатньо забезпечені інформацією та яким, доведеться зазнати поразки на ринку.

Література

1. Гудзь О. Є. *Цифрова економіка: зміна цінностей та орієнтирів управління підприємствами. Економіка. Менеджмент. Бізнес.* Київ: ДУТ, 2018. Вип. 2. С. 4–12. URL: <http://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/1878>.

2. Пуцентейло, П. Р., Гуменюк, О. О. *Цифрова економіка як новітній вектор реконструкції традиційної економіки. Інноваційна економіка.* Тернопіль: ТНЕУ, 2018. Вип. 5-6 (75). С. 131-143. URL: <http://dspace.tneu.edu.ua/handle/316497/32028>.

3. Краус Н. М., Голобородько О. П. *Цифрова економіка: тренди та перспективи авангардного характеру розвитку. Ефективна економіка.* Київ: ДДАЕУ, 2018. Вип. 1. URL: <http://dspace.uccu.org.ua/bitstream/123456789/5983/1/%d0%9a%d0%be%d0%bf%d1%96%d1%8f%20%d1%81%d1%82%d0%b0%d1%82%d1%82%d1%96%20%d0%9a%d1%80%d0%b0%d1%83%d1%81.pdf>.

УДК 331.1

Борисяк О. В.

кандидатка економічних наук,
старша викладачка кафедри маркетингу,
Тернопільський національний економічний
університет

Окрепка Л. Ю.,

студентка групи ФБС-31,
Тернопільський національний економічний
університет

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВ

Сьогодні Інтернет став невід'ємною частиною організації бізнесу, розвитку культури, вирішення соціальних питань. Формування віртуального середовища дозволяє у зручний для людини час і місці отримати актуальну і цікаву

для себе інформацію. Крім того, багато людей розглядають Інтернет як джерело для особистого розвитку, зручної системи онлайн покупок, можливості дистанційної зайнятості. Це свідчить про трансформацію інструментів організації маркетингової діяльності підприємств.

Інтернет-маркетинг – це комплексне застосування інструментів, методів і принципів класичного маркетингу з метою реклами в мережі Інтернет. Мета інтернет-маркетингу – це отримання максимального ефекту від потенційної аудиторії інтернет-ресурсу [1].

Інтернет-маркетинг використовує усі аспекти традиційного маркетингу, зокрема маркетингу-міксу: ціна, продукт, місце продажів і просування [2]. Водночас віртуальна, а особливо онлайн, комунікація відіграє важливу роль у розвитку міжнародної співпраці.

Завдяки Інтернету реклама стає ефективнішою, доступною для потенційного клієнта, а підтримка клієнтів більш оперативною, що сприяє оптимізації витрат. Як наслідок, у контексті розгляду переваг використання інтернет-маркетингу можемо виокремити такі його компоненти, як:

- можливість отримання оперативної інформації про товар або послугу;
- зручність комунікації з клієнтами;
- забезпечення задоволення цільових потреб клієнта;
- можливість сформувати цільову аудиторію, провести її сегментацію;
- гнучкість у зміні форм організації роботи;
- оптимізація витрат на рекламу;
- розвиток міжнародних партнерських відносин;
- забезпечення інтерактивної взаємодії із клієнтом [1-5].

Водночас просуваючи продукцію або послуги в Інтернеті необхідно враховувати і можливі ризики. Зокрема, орієнтація тільки на збут продукції елітного класу та проблеми із оперативним доставленням замовлень обмежує кількість потенційних споживачів. Крім того, важливе значення належить захисту авторських прав (бренди елітних класів розміщують в Інтернеті свої товари із чітким описом, а невеличкі фірми користуються цим і копіюють такий товар, продаючи потім за доступнішими цінами, однак сумнівною якістю) [5, с. 18].

Отже, відзначимо, що інтернет-маркетинг із розвитком цифрових технологій набуває популярності як комплекс маркетингових інструментів просування в Інтернет. Крім того, відстеження збільшення кількості та популярності соціальних мереж свідчить про необхідність оперативної оновленості такого різновиду маркетингу для забезпечення конкурентоспроможності підприємства у віртуальному середовищі.

Література

1. Інтернет-маркетинг. URL: <https://webbuilding.com.ua/ukr/internet-marketing>.
2. Синтетичні інструменти маркетингових комунікацій. URL: https://pidruchniki.com/82315/marketing/sintetichni_instrumenti_marketingovih_komunikatsiy.
3. Іванечко Н. Р. Особистість і поведінка споживача транспортних послуг : монографія / за заг. наук. ред. Т. М. Борисової, Г. Л. Монастирського. Тернопіль : Економічна думка, 2019. 220 с. URL: http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/37699/1/%21%21%21_Monograf_2019_Tema.pdf#page=60.

4. Борисяк О. В., Щербина Ю. М. Трансформація маркетингових комунікацій підприємства в умовах діджиталізації бізнес-процесів. Конкурентоспроможність вітчизняних підприємств-надавачів послуг громадського транспорту : актуальні проблеми та європейський досвід їх вирішення : II Всеукраїнська науково-практична конференція студентів, аспірантів та молодих вчених з міжнародною участю (м. Тернопіль, 24–25 жовтня 2019 р.). Тернопіль : ТНЕУ, 2019. С. 14–15.

5. Литовченко І. Л. Інтернет-маркетинг : навчальний посібник. К. : Центр учбової літератури, 2011. 332 с.

УДК 004.41

Василик А.І.,
магістрант кафедри комп'ютерних наук,
Тернопільський національний економічний
університет

МОБІЛЬНА ПРОГРАМНА СИСТЕМА ДЛЯ МІКРОНАВІГАЦІЇ У ПРИМІЩЕННЯХ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ ТЕХНОЛОГІЇ IBEACON

У повсякденному житті інформаційні технології знаходяться в усіх сферах нашого життя. Зараз існує дуже багато програмних систем, що полегшують життя людям. Так, поступово інформаційні технології були інтегровані в сфери медицини, навчання, комунікацій. Згодом черга дійшла і до сфери логістики і навігації.

Мікронавігація була розроблена для орієнтування та корегування об'єктів у приміщеннях. Наразі цей тип навігації є менш розвинутим у порівнянні з макронавігацією. На відміну від GPS-навігації, мікропозиціонування дає змогу точно визначити місцезнаходження користувача за допомогою його мобільного телефону.

Це відкриває інноваційне поле рішень для різних типів бізнесу – роздрібною торгівлі, медицини, військової промисловості, тощо. Оскільки цей тип навігації лише розвивається, це дає можливість перспективних розробок у цьому напрямку та зумовлює пошук нових підходів до вирішення нових задач.

Так, торговельні мережі-гіганти, які знаходяться в країнах з розвинутою економікою, автоматизовують процес продажу товарів і використовують різноманітні підходи задля привернення уваги покупця. Такі торговельні мережі впроваджують іновативні технології в своїх підприємствах. Це зумовило виникнення ідеї розміщення у різних відділах магазину маяків iBeacon, для того, щоб сповіщати покупця про знижки в конкретному відділі. Очевидно, що такі креативні рішення роблять процес покупок цікавішим і підштовхують покупця до здійснення покупок.

Саме технологія iBeacon, яку представила компанія Apple, дозволила впровадити такий інноваційний підхід.

Оскільки технологія є новою і малорозвиненою, виникла потреба у програмній системі, яка агрегує та покращить отримувані результати для мікронавігації в приміщеннях.

Для правильного функціонування системи потрібні дані про геолокацію користувача. Це необхідно для ідентифікації приміщень, в яких знаходиться користувач. Також необхідні дані з мобільного телефону, які будуть отримані при взаємодії з пристроями iBeacon. Саме за допомогою цих даних мобільний додаток зможе орієнтуватись всередині приміщень та будувати необхідний маршрут.

Для отримання даних з пристрів iBeacon, додаток буде використовувати технологію Bluetooth і бібліотеку компанії Apple, яка називається CoreBluetooth [1]. Bluetooth – це технологія передачі даних між пристроями на основі радіохвиль [2]. Спочатку мобільний телефон повинен під'єднатись до пристрою iBeacon, після чого може здійснюватись обмін повідомленнями по бездротовому з'єднанню на певній частоті. Всі пакети даних пересилаються у бінарному вигляді.

При запуску мобільного додатку, користувачу запропоновано дати дозвіл на отримання його геолокаційних даних телефону [3], для того, щоб дізнатись в якому приміщенні повинна бути здійснена мікронавігація. Отримавши список приміщень, мобільний додаток звертається до операційної системи мобільного телефону для увімкнення системних служб Bluetooth [4]. Саме за допомогою технології Bluetooth, мобільний додаток отримує змогу комунікувати з пристроями iBeacon. Програмне забезпечення починає сканувати всі iBeacon пристрої, які знаходяться в близькому оточенні. Кожен з пристроїв iBeacon має інформацію про приміщення, в якому вони знаходяться [5]. Так, одне приміщення можна розділити на декілька секцій і ідентифікувати до якої секції користувач підійшов. Так, мобільний додаток може надавати користувачу інформацію про кімнати, в яких він знаходиться і підказувати, куди потрібно йому рухатись далі.

Запропонований у цій праці мобільний додаток застосовують для розв'язування актуальних задач мікронавігації у приміщеннях. Технологія опрацювання даних з пристроїв iBeacon дає змогу достовірніше визначати розташування користувачів в приміщеннях. Запропонована програмна система також може успішно застосовуватися для побудови маршрутів у приміщенні.

Література

1. CoreBluetooth на практиці [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <https://habr.com/ru/post/425937>.
2. Безплатна енциклопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <https://www.wikipedia.org>.
3. iOS 13 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <https://www.apple.com>.
4. Документація Apple Developer [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <https://developer.apple.com/documentation>.
5. Опис бібліотеки для запитів на мові програмування Swift [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <https://github.com/Alamofire/Alamofire>.

Anastasiia Didukh

Ternopil National Economic University,

Stefan Commandeur

Inholland University of Applied Sciences,

Alkmaar, The Netherlands

HOW SOCIAL MEDIA AFFECT ECONOMY IN XIX CENTURY

It is no secret that social media has, and continues, to redefine the global landscape. Social media has often been looked at as a platform for communication and engagement between users, but it is drastically evolving beyond that. As today's consumer spends up to nine hours per day online, social media has proven to be the most effective way for businesses to reach new audiences on a global scale.

How does social media influence the economy? This is a challenging question to answer because I think it's a very complex relationship in a lot of ways. Here are some important aspects that social media affects:

1. Democratization of information.

Before social media, you had to pay to get out information about your business. Now, every person and company is its own media brand – and there are significantly less barriers to reaching people.

2. Platform economy.

Social media is deeply linked to a series of platforms (Facebook, LinkedIn, YouTube, etc.) that control distribution. This has disrupted the traditional advertising model, and these platforms have become some of the world's biggest companies by market capitalization as a result. Facebook and Google, for example, control almost 60% of all online media spending now.

3. New ecosystems.

Even though these platforms are dominating, they also provide a whole new ecosystem for entrepreneurs to build off of.

Why all of this is important?

Well, the potential impact of social media in the economy seems to be huge. Social media have penetrated almost every culture, forming a new online layer through which people organize their lives. Today, this level of platforms influences human interaction on a societal level, while the worlds of online and offline are increasingly interpenetrating.

Large and influential platforms such as Facebook, Twitter, YouTube and LinkedIn exploded in terms of users and monetizing potential, alongside countless smaller profit and non-profit sites.

People collaborate on social media, and as a return, the action of the individuals produces something new, even unexpected results. The emergence may be profitable business and provide income for firms.

Since social media has grown the high growth of employment has definitely affected the overall economy in the world. Apart from providing thousands of jobs,

some social networking channels are inventing innovative ideas to earn revenue. For example, the gaming sector has got a huge boost from social media. Every industry is making money hand over fist from social media and there is no denial in that.

References

1. Felix L. *How social media affects the economy?* [Electronic Source] / Felix LaHaye // 12.02.2018. Available at: <https://www.adweek.com/digital/the-digital-gold-rush-how-social-media-fuels-the-economy>.
2. Levitas, D., 2013. *Always Connected: How Smart phones and Social Keep Us Engaged*, Available at: <https://fbpublic.box.com/s/3iq5x6uwnqtq7ki4q8wk>.
3. Cosenza, V., 2013. *World Map of Social Networks*. Vincos Blog. Available at: vincos.it/world-map-of-social-networkds.

УДК 657

Лібич І. С., Озарків Н. Я
студентки групи МІМ-42,
Тернопільський національний економічний
університет

ОСНОВНІ ПЕРСПЕКТИВИ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ

Останнім часом економічна стабільність держави, підвищення її конкурентоспроможних переваг та покращення якості життя громадян стає неможливим без технологічних змін. Цифрова економіка – економічна діяльність, визначена мережевою свідомістю та залежністю від інформаційних технологій, описує сукупність соціальної та економічної діяльності у контексті інформаційно-телекомунікаційних каналів із використанням Інтернету. Діджиталізація економіки проявляється через цифрові реформи у різних сферах життя та у великому і малому бізнесі. Використання інформаційно-телекомунікаційних технологій дає позитивний ефект на технологічний, соціальний, економічний, та інфраструктурний потенціал країни, завдяки синергетичному ефекту, оскільки цифрова економіка є двигуном прогресу суспільства та економічного розвитку.

Дослідженням впровадження та розвитку цифрової економіки в Україні з метою отримання потужних можливостей для держави, суспільства і громадян велику увагу приділяють як українські, так і зарубіжні вчені, серед яких: С. Маркович, В. Шваб, І. Карчева, В. Альпакова, П. Друкер, Е. Тоффлер, П. Догерті, О. Джусов, А. Шалагінов, Л. Лямін та ін. Однак, не зважаючи на чималу кількість наукових праць присвячених концепції розвитку цифрової економіки її проблеми та перспективи розвитку в Україні залишаються недостатньо вивченими.

Мета дослідження – визначення основних перспектив та проблем, які стримують розвиток цифрової економіки в Україні.

В деяких секторах економіки України цифрові технології є фундаментом формування конкурентних стратегій. Використання інформації, як локомотиву та орієнтація на споживачів є основою цифрової економіки. Ступінь розвитку цифрових технологій залежить від стимулювання та заохочення збоку держави. Сьогодні Україна знаходиться на етапі активного впровадження інформаційних технологій у соціальне життя громадян, про що свідчать позитивні результати від уже реалізованих проектів.

Згідно з даними НБУ за перше півріччя 2019 року ІТ-галузь збагатила економіку України на 1,5 млрд. дол. Рівень зайнятості населення в галузі збільшився на 30 тис. осіб. Вагомим досягненням є те, що у світовий рейтинг під назвою «ТОП-500 найкращих ІТ-розробників» увійшло 13 українських ІТ-компаній, минулого року ця цифра складала – 8. [1] Галузь транспорту також демонструє певні досягнення. Так, наприклад, громадяни можуть з легкістю відслідковувати рух громадського транспорту в режимі онлайн в багатьох містах України через платформу EasyWay з доступом до усіх GPS даних. Серйозних змін зазнала галузь освіти. Діджиталізація тут відбувається надзвичайно швидкими темпами, особливо в період пандемії COVID-19. Сюди належить дистанційне навчання учнів та студентів, подача електронних заявок на вступ до навчальних закладів, різні онлайн курси, тренінги, вебінари. Однозначно прогрес спостерігається в галузі електронного урядування. Реалізована величезна кількість загальнодержавних проектів, які охоплюють взаємодію держави, громадян(Державна система електронних звернень), а також бізнесу(Єдиний державний портал надання адміністративних послуг, подання електронної звітності). Все більша кількість фізичних та юридичних осіб використовує послугу електронний підпис. [3]

В той же час, найбільшими проблемами та перешкодами, які стримують розвиток цифрової економіки в Україні, насамперед, є недостатній розвиток інформаційно-телекомунікаційної інфраструктури, відповідно до даних ресурсу Speedtest.net за якістю Інтернет з'єднання мобільного інтернету Україна займає 114 місце, широкосмислового інтернету – 45. По-друге, недоступність використання можливостей та переваг цифрових технологій для високої частки населення(особи старшого віку та жителі сільських місцевостей найбільше обмежені у використанні Інтернет-технологій), низький рівень цифрової грамотності(приблизно четверта частина громадян не має базових цифрових навичок). [2] Ще однією проблемою є неналежна державна підтримка, необхідна для оновлення основних засобів підприємств на цифрові та відсутність державної політики у цифровій сфері, яка мала б запропонувати шляхи скорочення технологічного розриву між Україною та високорозвиненими державами і напрямки виходу України на Єдиний цифровий ринок ЄС. Крім цього, розвитку цифрової економіки в Україні перешкоджає низький рівень безпеки користувачів при використанні мережі Інтернет у цифровій економіці, що включає в себе неефективне антивірусне програмне забезпечення та загрозу кібератак.

Це підтверджує, що цифрова трансформація економіки України є надзвичайно складним та багатоступінчастим завданням. Кожного дня з'являються

нові перешкоди через, які цифрова економіка України займає середні місця у світових рейтингах. Однак, завдяки кваліфікованим кадрам, новим інноваційним підходам до управління бізнесом та економікою загалом, інвестиціям у цифрову інфраструктуру Україна має великі шанси вийти на передові позиції в галузі цифрової економіки.

Література

1. Державна служба статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 09.05.2020).
2. Кубраков О. ІТ-потенціал України та інвестиції: скільки потрібно і скільки можна [Електронний ресурс] / Олександр Іванович Кубраков. – 2018. URL : <https://mind.ua/openmind/20180838-it-potencial-ukrayini-ta-investiciyi-skilki-potribno-i-skilki-mozhna>.
3. Перспективи та перешкоди цифрової економіки в Україні. URL: <https://nachasi.com/2018/01/29/what-makes-ukraine-digital/> (дата звернення: 09.05.2020).

УДК 336

Ткачук В.,
аспірант кафедри банківського бізнесу
Тернопільський національний економічний
університет

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ ЯК РУШІЙНА СИЛА РОЗВИТКУ ПЛАТІЖНИХ СИСТЕМ В УМОВАХ НАСЛІДКІВ ПАНДЕМІЇ COVID-19

Вимушене закриття чи обмеження роботи офлайн бізнесу зумовило необхідність нової хвилі розвитку електронної комерції, адже більшість малих і великих компаній активізували свою роботу в мережі Інтернет.

В бізнес-середовищі продаж товарів і надання послуг через мережу Інтернет називається електронною комерцією, яка в Україні була узаконена шляхом прийняття Закону України «Про електронну комерцію» 3 вересня 2015 року. Відповідно до цього закону під електронною комерцією розуміють відносини, спрямовані на отримання прибутку, що виникають під час вчинення правочинів щодо набуття, зміни або припинення цивільних прав та обов'язків, здійснені дистанційно з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем, внаслідок чого в учасників таких відносин виникають права та обов'язки майнового характеру [1]. Тобто основний обсяг відносин в сфері електронної комерції орієнтований на передачу права та обов'язків майнового характеру, що на практиці означає продаж товарів. Разом з тим зазначимо, що в умовах пандемії COVID-19 електронна комерція значно поширилася на сферу послуг, де однією з основних послуг є кур'єрські послуги.

Динаміка розвитку електронної комерції в Україні до пандемії COVID-19 мала надзвичайно високі темпи, адже з кожним роком приріст Інтернет-торгівлі досягав 15–17%, а на перше січня 2020 року загальний обсяг ринку становив

97,4 млрд. грн., з них 76 млрд. грн. – частка ринку фізичних товарів і послуг. Зважаючи на відсутність агрегованої статистики електронної комерції в Україні, тенденції її розвитку у першому кварталі 2020 року можна оцінити за даними декількох популярних маркетплейсів, зокрема: за даними prom.ua кількість продажів в березні 2020 року зросла на 20% в порівнянні з лютим і на 51% в порівнянні з березнем минулого року; за даними rozetka.ua обсяги продажу товарів для фітнесу зросли на 250%, товарів для творчості – на 280%, настільні ігри – на 156%; за даними маркетплейсу OLX з першого по четвертий тиждень березня 2020 року попит на продукцію для краси і здоров'я зріс на 84%, продукцію харчування – 110%, побутові товари – на 345% [2]. Тобто, дані провідних маркетплейсів України підтверджують високі темпи зростання електронної комерції в умовах пандемії COVID-19.

На наш погляд, враховуючи розглянуті вище показники, динаміка розвитку електронної комерції буде позитивною й після зняття карантинних обмежень, адже за два місяці карантину покупці вже виробили привычку покупок в мережі Інтернет, а також оцінили переваги електронної комерції порівняно з покупками на ринку та в магазинах виходячи із затрат часу.

Зростання електронної комерції має надзвичайно позитивний ефект на розвиток електронних платіжних систем, адже велика кількість покупок в мережі Інтернет оплачується за допомогою спеціальних платіжних сервісів використовуючи електронні гаманці і банківські платіжні картки. Більше того, варто зауважити, що навіть, якщо покупець замовляє товар з післяоплатою (накладений платіж), то в більшості випадків оплата відбувається безготівково з використанням смартфона або банківської платіжної картки.

Так, за даними Національного банку України за 2019 рік частка безготівкових розрахунків з використанням банківських платіжних карток вперше в історії України перевищила 50% і становила 50,3%, а в грошовому еквіваленті 1,8 трлн. грн. За перший квартал 2020 року така частка зросла на 8%, тобто до 58,3%.

Позитивні тенденції розвитку безготівкових розрахунків в Україні, розвиток електронної комерції і платіжної інфраструктури створюють умови для приходу в нашу державу глобальних платіжних сервісів із їхніми інноваціями, зокрема таких як Android Pay, Apple Pay, Union Pay. Зазначені сервіси призначені для здійснення оплати із смартфона, що автоматично збільшує кількість мобільних платежів на 25% за 2019 рік.

Зростанні кількості Інтернет-магазинів не лише на відомих маркетплейсах Olx.ua, Prom.ua та Rozetka.ua, але й на власних веб-сайтах передбачає підключення тієї чи іншої системи для здійснення безготівкових розрахунків за товари і послуги, зокрема найпопулярнішими платіжними сервісами в Україні для таких цілей є: iPay, EasyPay, Portmone.

Розвиток платіжних систем та сервісів безготівкових онлайн розрахунків має велике значення для національної економіки, адже за оцінками аналітиків зростання безготівкових розрахунків на 1% призводить до зростання ВВП на 0,1%. Однак, на наш погляд, найбільша користь від зростання безготівкових розрахунків і розвитку платіжних систем для економіки України полягає у її

детінізації, оскільки для того щоб підключити Інтернет-магазин до будь-якої платіжної системи необхідно зареєструвати фізичну особу-підприємця і відкрити рахунок в банку. Такі умови дозволяють прослідковувати рух коштів за товари і послуги між продавцем і покупцем, а також ідентифікувати учасників грошових операцій. Як наслідок, зростання кількості фізичних осіб-підприємців та їх Інтернет-магазинів призводить до зростання обсягів відрахувань до державного бюджету України у вигляді податків, а до Пенсійного фонду – у вигляді єдиного соціального внеску.

Відтак, держава повинна бути зацікавлена у створенні всіх необхідних умов для розвитку платіжних систем паралельно реалізуючи концепцію «Держава в смартфоні», яка дозволить оплатити багатьох платних державних послуг онлайн, що може виступити драйвером для розвитку національної економіки в умовах економічної кризи за наслідками пандемії COVID-19.

Література

1. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <https://bank.gov.ua>.
2. Бизнес по-новому: пандемия коронавируса -толчок для развития онлайн-торговли. URL: <http://www.liga.net>.

УДК 352.1

Чайківська В. О.,

аспірантка кафедри менеджменту, публічного управління та персоналу, Тернопільський національний економічний університет

ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ МІСЦЕВОЇ ПОЛІТИКИ НА ЗАСАДАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ ЯК ЧИННИК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ МІСЦЕВОЇ ВЛАДИ

Розвиток цифрової економіки України полягає у створенні ринкових стимулів, мотивацій, попиту та формуванні потреб щодо використання цифрових технологій, продуктів та послуг серед українських секторів промисловості, сфер життєдіяльності, бізнесу та суспільства для їх ефективності, конкурентоздатності та національного розвитку, зростання обсягів виробництва високотехнологічної продукції та благополуччя населення.

Цифрова економіка базується на інформаційно-комунікаційних та цифрових технологіях, стрімкий розвиток та поширення яких вже сьогодні впливають на традиційну (фізично-аналогову) економіку, трансформуючи її від такої, що споживає ресурси, до економіки, що створює ресурси. Саме дані є ключовим ресурсом цифрової економіки, вони генеруються та забезпечують електронно-комунікаційну взаємодію завдяки функціонуванню електронно-цифрових пристроїв, засобів та систем [3, с. 45].

Цифровізація є визнаним механізмом економічного зростання завдяки здатності технологій позитивно впливати на ефективність, результативність, вартість та якість економічної, громадської та особистої діяльності. Для багатьох сфер життєдіяльності та економіки України використання «цифрових» трендів є вкрай актуальним питанням: вони є фактично готовими стратегіями відповідних рішень, ініціатив та дій; їх використання може бути критичним для подолання великої кількості економічних та соціальних викликів країни. Також вони здатні трансформувати систему, сферу, галузь і т. ін. у нову якість, зробити це швидше та дешевше, ніж традиційні «аналогові» підходи. Кінцевим результатом є ефективність, конкурентоздатність та створення нових цінностей [2, с. 89].

Соціальна згуртованість в своїй основі передбачає життя мешканців соціополісу єдиною спільнотою за відсутності маргінальних груп. Зазвичай, соціальну згуртованість оцінюють як взаємодію наступних факторів: соціальна залученість всіх громадян, здатність спільноти разом отримувати і розпоряджатися соціальним капіталом, соціальна мобільність, відсутність серйозної класової сегрегації. Ця характеристика дуже важлива з точки зору єдності територіальної громади.

Низові територіальні одиниці, не маючи достатньо великого власного потенціалу до розвитку, тяжіють до більш потужного центру, формуючи мікрорегіон. Мікрорегіон як функціональне об'єднання дає більші можливості кожному з його учасників через досягнення кумулятивного або й синергічного ефекту від спільної акумуляції усіх видів ресурсів. У сучасному середовищі мікрорегіонів реалізація економічних та технічних інновацій на основі цифрових інтелектуальних технологій допомагають заощадити енергетичні та природні ресурси, знизити рівень забруднення навколишнього середовища, підвищити рівень соціальної згуртованості громадян, покращити економічну компоненту індустрії населених пунктів, що призведе до будівництва стійкого та здорового суспільства. Економіка спільного споживання, заснована на використанні сучасних інноваційних технологій, у першу чергу цифрових, є одним із основних інструментів, за допомогою яких територія стає «розумною» [4, с. 95].

Розумне місто – це місто знань, цифрове місто, кібермісто або екомісто, залежно від цілей міського планування. Розумні міста в економічному і соціальному аспектах спрямовані в майбутнє. Вони ведуть постійний моніторинг найважливіших об'єктів інфраструктури – автомобільних доріг, мостів, тунелів, залізниць, метро, аеропортів, морських портів, систем зв'язку, водопостачання, енергопостачання, навіть найважливіших будівель – для оптимального розподілу ресурсів і забезпечення безпеки. Вони постійно збільшують кількість надаваних населенню послуг, забезпечуючи стійке середовище, яке сприяє добробуту і збереженню здоров'я городян. Основу цих послуг становить інфраструктура інформаційно- комунікаційних технологій (ІКТ). Таким чином, мета концепції створення розумного міста – максимальне підвищення ефективності всіх міських служб [1, с. 27]. Це – системи інтелектуального управління транспортом, розумна вода (системи водопостачання та водовідведення) або згадані вище смарт-гріди. Однак водночас почали розвиватися комплекси інших інфраструктурних систем, таких як: цифрова медицина (зокрема, з

використанням мобільних додатків, що спростили медичне обслуговування та отримання відповідних послуг первинної допомоги), електронна торгівля, цифрові радіо і телебачення, розумна пожежна служба, «розумна» поліція і взагалі розумні умови роботи. Не забуваємо при цьому про бурхливий розвиток цифрового спілкування, мережі Інтернет та систем зв'язку. Багато з них в різних країнах нині вдається об'єднувати в поняття цифрових сервісів або в інші «розумні» групи.

Для ефективного розвитку електронного міста необхідно вирішити питання, пов'язані: з нормативно-правовим забезпеченням розвитку електронного урядування на місцевому рівні; розбудовою необхідної інфраструктури електронного урядування на рівні міста; безпечним містом; ефективним функціонуванням центрів надання адміністративних послуг, у тому числі е-послуг; створенням реєстру територіальної громади; налагодженням засобів спільної роботи та системи е-документообігу; належним функціонуванням офіційного веб-сайту (порталу) міста та його наповненням; підтримкою громадських ініціатив; участю громадян у виробленні та прийнятті управлінських рішень на місцевому рівні (е-петиції, е-консультації, е-обговорення та інші інструменти електронної демократії); запровадженням муніципальної картки; забезпеченням доступу до відкритих даних; відкритим бюджетом міста; використанням соціальних мереж та інших каналів комунікації з громадянами та бізнесом [4].

Таким чином, виходячи з вищезазначеного, збільшення обсягу цифрової інформації, якою оперує орган державної влади, важливість її адекватної оцінки і використання в інтересах мікрорегіону та його територіальної громади, вимагають активізації використання інформаційно-комунікативних технологій на засадах цифровізації як передумови формування мікрорегіоном ефективної місцевої політики та успішної реалізації публічних проектів. А для успішного впровадження SMART-підходів до розвитку великих міст першочерговими завданнями є розроблення відповідного нормативного і методико-технологічного забезпечення (як на загальнонаціональному, так на регіональному й місцевому рівнях); формування загальних та локальних систем забезпечення соціальної, економічної, екологічної, продовольчої безпеки; розвиток громадянських ініціатив і соціальної відповідальності у цій сфері; реалізація програм і проектів щодо формування економічного базису структурних перетворень інституційно-соціоеколого-економічних систем великих міст. Вказане сприятиме забезпеченню підвищенню позитивного іміджу місцевих органів влади.

Література

1. Кунанець Н. Е. *Особливості формування цілей соціальних та соціокомунікаційних складових у проектах «розумних міст»*. К., 2016. 257 с.
2. Чукут С. А. *Смарт-сіті чи електронне місто: сучасні підходи до розуміння впровадження е-урядування на місцевому рівні. Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 13. С. 89–93.
3. Гордієнко Л. Ю. *Адміністративний менеджмент: конспект лекцій*. Харків, ХНЕУ, 2015. 124 с.
4. Криворучко О. С. *Імперативи формування та домінанти розвитку цифрової економіки у сучасному парадигмальному контексті*. К., 2017. 681 с.
5. Краус Н. М. *Економіка, бізнес та управління*. К.: Знання, 2018. 214 с.

СЕКЦІЯ 5
МІЖНАРОДНІ СТАНДАРТИ ТА ПРОБЛЕМИ УНІФІКАЦІЇ
ОБЛІКУ, АНАЛІЗУ І АУДИТУ

Брик М. М.

к.е.н., викладач кафедри фундаментальних
та спеціальних дисциплін НННІЕМ,
Тернопільський національний економічний
університет

ОБЛІК ЕНЕРГОЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА ОЦІНКА ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ ГАЛУЗІ ТВАРИННИЦТВА

Тваринництво – провідна, велика, складна галузь з розведення, вирощування та утримання тварин і птиці, яка забезпечує населення життєво важливими харчовими продуктами, які є основним джерелом білка тваринного походження (молоко, м'ясо, сало, яйця та ін.). Постачає сировину для молочної, м'ясної та інших галузей переробної промисловості. З продуктів і відходів тваринництва отримують м'ясо-кісткову і кісткову муку, а також лікувальні сироватки, гормональні препарати тощо. Розведення, вирощування та утримання тварин і птиці базується на енергії, закладеної в різного виду кормах, отриманих в рослинництві. У свою чергу, тваринництво дає цінні добрива (гній, компост, пташиний послід), які широко та ефективно використовуються в рослинництві.

Енергоресурси, які споживаються в усіх тваринницьких галузях, дуже різноманітні – це перш за все енергія різних видів кормів рослинного, тваринного і мінерального походження, електроенергія, паливо (бензин, дизельне паливо та інші нафтопродукти, природний або скраплений газ, котельно- пічне паливо), підстилка, праця персоналу та енергія, що матеріалізована у тваринницьких приміщеннях і засобах комплексної механізації та автоматизації виробничих процесів [1].

Комплексне споживання енергоресурсів у тваринництві здійснюється з єдиною метою – зробити продукцію, конкурентоспроможну на внутрішньому і зовнішньому ринках як за якістю, так і ціною реалізації. Ці найважливіші показники формуються головним чином складом і структурою спожитих енергоресурсів, які в кінцевому підсумку знаходять своє відбиття в якості продукції тваринництва, витратах виробництва і собівартості.

Основними енергоносіями, що використовуються безпосередньо у тваринництві, є: корми рослинного, тваринного і мінерального походження, електроенергія, нафтопродукти (бензин, дизельне паливо, гас, мазут, бітуми), природний, зріджений і газогенераторний газ, біогаз, кам'яне вугілля і місцеві види палива (дрова і деревне вугілля, брикетовані торф і солома, відходи рослинного і тваринного походження).

Енерговитрати – це витрати всіх видів енергоносіїв (в натуральному і грошовому вираженні), спожитих в процесі утримання і обслуговування тварин і птиці з метою виробництва запланованого обсягу продукції тваринництва. Вони формуються виходячи з потреби в певному виді енергоносіїв на рівні тваринницької ферми або комплексу або галузі тваринництва в цілому [1].

Енергозабезпечення та енергопостачання являє собою сукупність заходів щодо задоволення потреб тваринницьких галузей в потрібній кількості енергії та різних видах енергоносіїв, необхідних для використання у виробничих процесах і роботах з обслуговування тварин і птиці, в технологіях первинної переробки та зберігання, а також транспортування продукції тваринництва. Організація енергозабезпечення та енергопостачання зводиться, по-перше, до визначення потреби в енергетичних ресурсах; по-друге, до організації поставок безпосередньо в господарство та до місць їх споживання; по-третє, до обліку, зберігання і контролю за використанням поставлених енергоносіїв.

Енергетичні ресурси кожним суб'єктом господарювання розглядаються як виробничі запаси – активи, які створюються для забезпечення безперервності виробничого процесу, використовуються в одному виробничому циклі і свою вартість повністю переносять на собівартість виготовленої продукції. Виробничі запаси поділяються на власні та покупні. Враховують їх після оприбуткування в натуральному (ваговому, об'ємному, кількісному) і вартісному вираженні. Власні виробничі запаси минулого року враховують за їх фактичною собівартістю, а поточного року – за плановою собівартістю з перерахунком її за підсумками року до рівня фактичної собівартості; покупні – за фактичними витратами на їх придбання. [2].

Ведення обліку енергоресурсів регулюється обліковою політикою суб'єкта господарювання і залежить від специфіки і масштабів виробничої діяльності, ступеня механізації і автоматизації облікових робіт та інших факторів.

Облік енергоресурсів у тваринництві базується на даних первинних документів, в яких відображаються господарські операції використання енергетичних ресурсів та надходження (оприбуткування) готової продукції. Об'єктами обліку є самостійні тваринницькі галузі – скотарство, свинарство, вівчарство, птахівництво тощо. У свою чергу, кожна з них може включати виробництво окремих видів продукції, наприклад, в скотарстві виділяють виробництво молока, вирощування і відгодівлю молодняку великої рогатої худоби на м'ясо, вирощування племінного поголів'я, в свинарстві – вирощування племінного поголів'я, поросят до 4-х місяців і відгодівлю свиней, в птахівництві – виробництво дієтичних яєць і м'яса, інкубація тощо.

Економне енергоспоживання буде там, де організований енергетичний менеджмент і моніторинг споживання енергоресурсів, налагоджений облік, причому облік автоматичний, як найбільш повний, точний і оперативний, що дозволяє управляти споживанням енергоресурсів в диспетчерському режимі, проводити найбільш актуальні енергозберігаючі заходи, контролювати дотримання технологічної дисципліни і витрати енергоносіїв по кожному об'єкту енергоспоживання. [3].

Основні вимоги до енергетичного обліку – максимальна диференціація, точність і оперативність.

Диференціація обліку необхідна для того, щоб окремо врахувати споживання всіх видів енергії в кожній ланці енергетичного господарства, виробничих підрозділів підприємства і окремому агрегаті.

Оперативність обліку необхідна для своєчасного реагування на зміни в обстановці, відхилення, збої в енергоспоживанні та енергопостачанні; тому

найкращий безперервний облік або періодичний з мінімальним часом між черговими вимірюваннями. Точність обліку необхідна для правильного встановлення норм витрати енергії та відхилень від них, для складання достовірних енергетичних балансів. У процесі формування енергоємності продукції тваринництва важливо організувати моніторинг, що полягає в постійному або періодичному спостереженні за певним виробничим процесом з метою виявлення відхилень фактичних витрат енергоносіїв від затверджених норм споживання. Вся інформація, отримана в результаті енергетичного моніторингу, є вихідним матеріалом для проведення аналізу енергоспоживання та ефективності використання енергоресурсів з виявленням основних факторів, що впливають на споживання енергії кожним об'єктом та здійснюють той чи інший вплив на формування енергоємності продукції тваринництва. В результаті аналізу можуть бути обчислені показники питомого споживання енергії на окремі види енергоресурсів та об'єкти та їх відхилення від затверджених норм, визначені втрати енергії за рахунок втрат енергоносіїв, неправильної експлуатації машин і устаткування, виявлені резерви економії енергоносіїв тощо.

Отже, проблему зменшення енергоємності виробництва продукції тваринництва до нормативного рівня треба розглядати не як самоціль, а як найважливіший засіб поліпшення якості, зниження собівартості і підвищення її конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Література

1. *Енергоефективність та енергозбереження: економічний, техніко-технологічний та екологічний аспекти : колективна монографія / Кол. авторів; за заг. ред. П. М. Макаренка, О. В. Калініченка, В. І. Аранчій. Полтава : ПП "Астроя", 2019. 603 с.*
2. *Організаційно-економічний механізм енергозбереження: монографія / Ю. В. Дзядикевич, В. Я. Брич, В. В. Дзеджула, Р. Б. Гевко, та ін. – Тернопіль: ТНЕУ, 2018. – 154 с.*
3. *Маслікевич М. Р. Сутність оцінки енергоефективності підприємства / М. Р. Маслікевич, Б. М. Сердюк // Актуальні проблеми економіки та управління. – 2011. – Вип. 5. – С. 110–114*

УДК 657

Джерелейко Ю.,
ст. групи ОМОм-11
Тернопільський національний економічний
університет

ПРОБЛЕМИ ОБЛІКОВОГО ВІДОБРАЖЕННЯ ДІЛОВОЇ РЕПУТАЦІЇ КОМПАНІЙ ВІДПОВІДНО ДО ВИМОГ МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ

Практика країн з розвиненою ринковою економікою свідчить, що в сучасних умовах основна увага міжнародних компаній має приділятися проблемі посилення їх ділової репутації для формування довіри між партнерами як гарантії

їх довгострокової й взаємовигідної співпраці в системі ділового партнерства. Саме ділова репутація міжнародних компаній є орієнтиром дій і поведінки ділових партнерів для підвищення ефективності взаємовигідної співпраці між ними. Сьогодні особливо гостро стоїть питання дослідження проблем формування ділової репутації міжнародних компаній для привабливості інвесторів, ділових партнерів та для підсилення конкурентних позицій.

Ділова репутація принципово новий об'єкт бухгалтерського обліку, що характеризується, такими специфічними ознаками як:

- нематеріальність, особливість та унікальність природи об'єкту;
- існування тісних причинно-наслідкових зв'язків між діловою репутацією підприємства та його конкурентними перевагами;
- взаємозв'язок ділової репутації підприємства з можливістю отримання додаткових економічних вигод.

У МСБО 38 “Нематеріальні активи” зазначено, що гудвіл не є активом, оскільки не може бути ідентифікований, не повинен відображатися у бухгалтерському балансі (звіті про фінансовий стан), навіть якщо це гудвіл надійно працюючої компанії з міцними партнерськими зв'язками і налагодженим збутом. У той же час стандарт містить інформацію про те, що при об'єднанні компаній гудвіл визнається і враховується.

Згідно п. 10 МСБО 38 “Нематеріальні активи” гудвіл, який виникає при об'єднанні компаній, відображає здійснений покупцем платіж в очікуванні майбутніх економічних вигод. Такі вигоди можуть виступати як результат об'єднання придбаних ідентифікованих активів, або як результат об'єднання активів, які не відповідають критеріям визнання в фінансових звітах, але які покупець готовий оплатити при придбанні [1].

Відповідно до Міжнародного стандарту фінансової звітності (IFRS) 3 “Об'єднання підприємств”, гудвіл, що виникає при об'єднанні підприємств – це сплачена покупцем сума, яка перевищує ринкову вартість придбання в очікуванні майбутньої економічної вигоди. Гудвіл визначається як перевищення вартості придбання над придбаною часткою в справедливій вартості ідентифікованих придбаних активів, що є нероздільним від придбаного підприємства. Фактична вартість гудвілу – це вартість придбання за мінусом різниці справедливої вартості ідентифікованих активів, зобов'язань і умовних зобов'язань [2]. Американський стандарт обліку US GAAP, FAS 142 “Гудвіл та інші невідчутні активи”, трактує гудвіл як перевищення вартості придбаного підприємства над вартістю його ідентифікованих активів за вирахуванням зобов'язань [3].

Важливою відмінністю МСФЗ 3 є вимога про проведення щорічної переоцінки ділової репутації замість її лінійної амортизації. Стандарти не накладають обмежень на результати оцінки, що проводиться, проте правила інвестиційної етики рекомендують, щоб оцінка була проведена незалежним спеціалізованим оцінювачем. Дана обставина приводить до підвищення волатильності вартості репутації і робить її поведінку менш передбаченою.

У МСФЗ 3 передбачено вибір щодо розрахунку ділової репутації в контексті частки неконтролюючих акціонерів (п. 19) – за справедливою вартістю (метод “повного” гудвілу, коли гудвіл відносять як до частки контролюючих акціонерів, так і до частки неконтролюючих акціонерів) або за

часткою у справедливій вартості чистих активів дочірньої компанії (метод "традиційного" гудвілу, коли весь гудвіл відносять тільки до частки контролюючих акціонерів і не відносять до частки неконтролюючих акціонерів) [2].

Слід зазначити, що існує проблема обліку і оподаткування нематеріальних активів (у тому числі ділової репутації) як в вітчизняній, так і в міжнародній практиках. Корпоративна етика та ділова репутація безсумнівно сприяє отриманню економічної вигоди, є придатною для використання, але у разі відсутності операцій поглинання або придбання, коли ділова репутація враховується у складі гудвілу сучасна методологія українського та зарубіжного бухгалтерського обліку не передбачає відображення репутації, витрати на її підвищення не визначають активами, а відображаються у складі витрат звітного періоду [4, с. 256].

Проблемою є також її достовірна оцінка в грошовому вимірнику, що дозволяє адекватно відобразити ділову репутацію, як актив на рахунках бухгалтерського обліку. Причому не зважаючи на відображенні позитивного чи негативного гудвілу він має амортизуватися, як це передбачено загальною методологією бухгалтерського обліку.

Отже, вітчизняна та світова практики з питань вартісної оцінки корпоративної етики й ділової репутації, її відображення як активу у складі активів підприємств до кінця не відрегульовано, тому, можна розглянути певні підходи до цієї проблеми з позиції вартості підприємства та його придбання, коли використовується гудвіл. Безумовно, гудвіл не визначає суто вартість ділової репутації, оскільки на його величину впливає багато факторів, які можуть бути визначені якісним показником ділової репутації.

Література

1. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 38 «Нематеріальні активи». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_050.
2. Міжнародний стандарт фінансової звітності 3 «Об'єднання бізнесу». URL: file:///D:/%D0%BC%D1%83%D0%B4%D0%BB/IFRS%2003_ukr_AH.pdf.
3. SFAS 142 "Гудвіл та інші невідчутні активи". URL: https://www.fasb.org/jsp/FASB/Document_C/DocumentPage?cid=1218220124961&acceptedDiscla%20imer=true.
4. Актуальні проблеми теорії та практики оподаткування : монографія / [Сердюков А. Є. та ін.] ; за заг. ред. Е. С. Волкова. – Ірпінь : Нац. унт. ДПС України, 2015. – 552 с.

УДК 657

Дмитрук Д.,
ст. групи ОМОм-11
Тернопільський національний економічний
університет

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ ЗА ЕКСПОРТНИМИ ОПЕРАЦІЯМИ ВІДПОВІДНО ДО МІЖНАРОДНИХ ТА НАЦІОНАЛЬНИХ СТАНДАРТІВ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

Одним із видів міжнародної торгівлі є експорт. Експорт товарів – це продаж іноземним суб'єктам господарської діяльності з вивезенням товарів за

межі митного кордону України з метою отримання доходу. Під час здійснення операцій з експорту товарів суб'єкт господарювання зобов'язаний враховувати та виконувати ряд вимог законодавства, що стосуються документального оформлення.

В умовах зовнішньоекономічної діяльності здійснюються такі види експортних операцій:

- експорт товарів в рахунок міжурядових угод;
- експорт товарів в межах державного контракту;
- експорт товарів на умовах державного або комерційного кредиту чи за рахунок відстрочки платежу;
- експорт на умовах компенсаційної угоди;
- експорт на умовах бартерної угоди;
- експорт в рахунок надання допомоги [1].

При обліку експортних операцій суб'єкти господарювання застосовують П(С)БО 21 "Вплив зміни валютних курсів", однак підприємства, які подають звітність за міжнародними стандартами обліку, повинні використовувати Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку (МСБО) 21 "Вплив змін валютних курсів".

МСБО 21 "Вплив змін валютних курсів" застосовується до обліку операцій та залишків в іноземних валютах, за винятком операцій з тими похідними інструментами і залишків за ними, на які поширюється сфера застосування Міжнародного стандарту фінансової звітності (МСФЗ) 9 "Фінансові інструменти"; у разі переведення результатів та фінансового стану закордонних господарських одиниць, що входять до фінансової звітності суб'єкта господарювання шляхом консолідації, пропорційної консолідації або методом участі в капіталі; в разі переведення результатів і фінансового стану суб'єкта господарювання у валюту подання [3].

Операції в іноземній валюті при первісному визнанні відображаються у валюті звітності шляхом перерахунку суми в інвалюті із застосуванням валютного курсу на початок дня дати здійснення операції (дати визнання активів, зобов'язань, власного капіталу, доходів і витрат) (п. 5 П(С)БО 21).

З метою регулювання валютного ринку Національним банком встановлено норму, що надходження в іноземній валюті підлягають обов'язковому продажу на міжбанківському валютному ринку України у розмірі 75%. Решта надходжень в іноземній валюті залишається в розпорядженні суб'єктів господарювання та використовується відповідно до правил валютного регулювання.

Особливістю такої ситуації є те, що для продажу 75% валютних надходжень банк зараховує всю валюту, що надійшла, на окремий розподільчий рахунок. А далі, не пізніше наступного робочого дня після зарахування, самостійно продає 75% валюти без доручення клієнта. Отриманий від її продажу гривневий еквівалент банк перераховує підприємству на поточний гривневий рахунок. Ну а решту 25% (що не підлягають обов'язковому продажу) банк у той же строк із розподільчого рахунка переказує прямо на поточний валютний рахунок підприємства [4].

Облік експорту за умови попередньої оплати Відповідно до П(С)БО 21 "Вплив зміни валютних курсів" сума авансу (попередньої оплати) в іноземній

валюті, одержана від інших осіб у рахунок платежів для поставлення готової продукції, інших активів, виконання робіт і послуг, при включенні до складу доходу звітного періоду перераховується у валюту звітності із застосуванням валютного курсу на початок дня дати одержання авансу.

Згідно зі світовою практикою єдиної політики з підтримки експорту не існує. Держави та їхні уряди використовують різні стратегії щодо державного заохочення і підтримки свого бізнесу, які залежать від стану економічного розвитку, стадії конкурентоспроможності, економічної та політичної ситуації у світі, взаємодії з міжнародними структурами. Головною метою стимулювання експорту є поліпшення його товарної структури, освоєння нових ринків і збільшення ефективності продажів [2].

Отже, порядок відображення в обліку експортних операцій залежить від умов їх оплати. Для відображення експортних операцій в обліку слід користуватись вимогами Податкового кодексу України згідно зі внесеними змінами. Експортні операції – одне із джерел наповнення країни іноземною валютою, а державна підтримка операцій сприятиме підвищенню добробуту населення і, відповідно, держави.

Література

1. Лучко М. Р., Мельник Н. Г., Сисюк С. В. *Облік зовнішньоекономічної діяльності : навч. посіб.* Тернопіль: ТНЕУ: Економічна думка, 2015. 340 с.
2. Лучко М. Р., Бенько І. Д., Яцишин С. Р., Мельник Н. Г. *Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку та фінансової звітності.* Тернопіль: Економічна думка, 2018. 390 с.
3. *Про валюту і валютні операції : Закон України від 21.06.18 р. № 2473-VIII.* URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2473-19>.
4. Шкурупій О. В. *Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навч. посіб.* К.: Центр учб. літ-ри, 2012. 247 с.

УДК 657

Рожелюк В. М.,
доктор економічних наук,
професор кафедри обліку і оподаткування
Тернопільський національний економічний
університет

Сланецька С. В.,
студентка,
Тернопільський національний економічний
університет

ОСОБЛИВОСТІ АУДИТУ В ЕЛЕКТРОННІЙ КОМЕРЦІЇ

Практично незамінним і досконалим інструментарієм для дослідження та оцінки інформаційної інфраструктури, прийняття управлінських рішень, прогнозування розвитку всієї бізнес-системи, а також інструментом підтримки

управління систем є аудит. Аудит в сфері електронної комерції є наданням достатніх гарантій того, що системи та процедури контролю ефективні при веденні комерційної діяльності в мережі Інтернет.

У світовій практиці аудиту питанням застосування інформаційних технологій приділяють значну увагу, зокрема, професійні організації. Про це свідчить, наприклад, постійне оновлення (з інтервалом в 1-2 роки) фактично всіх Міжнародних стандартів аудиту, що видаються Міжнародною федерацією бухгалтерів, в яких найбільших змін зазнають саме стандарт і положення про Міжнародну аудиторську практику, що стосуються комп'ютеризації аудиту [1, с. 222]. Міжнародні стандарти аудиту вимагають від аудитора знання бізнесу клієнта в обсязі, необхідному для розуміння подій і операцій, які суттєво впливають на фінансову звітність, в тому числі знань в області інформаційних технологій і Інтернет-бізнесу. Положення з міжнародної практики аудиту 1013 «Електронна комерція: вплив на аудит фінансової звітності» надає рекомендації щодо МСА, якщо суб'єкт господарювання використовує загальнодоступну мережу, наприклад Інтернет, для електронної комерції. Дане положення надає допомогу аудитору при розгляді значущості електронної торгівлі в комерційній діяльності підприємства та її впливу на аудиторську оцінку ризику, формування думки щодо фінансової звітності. Якщо електронний бізнес є основою функціонування бізнес-системи, то приступаючи до проведення аудиту, аудитору необхідно:

1. Розглянути і оцінити ступінь впливу на фінансову звітність:
 - стратегії компанії та її діяльність в сфері електронній торгівлі;
 - технологій, що застосовуються для ведення електронного бізнесу;
 - знань і навичок персоналу суб'єкта в області інформаційних технологій;
 - бізнес- та ІТ-ризиків, пов'язаних із здійсненням електронного бізнесу, а також підходи суб'єкта до управління цими ризиками;
 - інфраструктури безпеки і супутніх засобів контролю суб'єкта до умов, що диктуються електронним середовищем.
2. Визначити характер, тимчасові рамки і обсяг аудиторських процедур, а також оцінити аудиторські докази;
3. Розглянути ступінь впливу електронної торгівлі на здатність організації безперервно функціонувати [2, с. 4-5].

Тому, аудитору слід розглянути наступні аспекти внутрішнього контролю організації, яка займається електронною комерцією [2, с. 12-13]: інфраструктуру інформаційної безпеки організації і пов'язані з нею засоби контролю (авторизація, автентичність, конфіденційність, цілісність та придатність), операційну цілісність інформаційної системи (перевірка повноти, точності, своєчасності та авторизації інформації, призначеної для реєстрації та обробки), поєднання процесу (об'єднання різного роду ІТ-систем одна з одною і їх функціонування як однієї системи), підтримку цілісності процедур контролю в швидко мінливих умовах середовища електронної торгівлі, гарантований доступ до необхідних записів для потреб організації і аудиторських цілей.

Література

1. Вакаров, В. М., Щербан М. Д. *Аудит у комп'ютерному середовищі. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Економіка. Ужгород : Видавництво УжНУ «Говерла», 2010. С. 221–227.*
2. *IAPS 1013. Electronic Commerce – Effect on the Audit of Financial Statements. International Auditing Practice Statement. Issued December 2007. URL: <http://www.micpa.com.my/micpamember/hb-audit/iaps1013.pdf>.*

УДК 657

Щирба М. Т.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри економічної експертизи та аудиту бізнесу,
Тернопільський національний економічний університет

Щирба І. М.,

к.е.н., доцент кафедри економічної експертизи та аудиту бізнесу,
Тернопільський національний економічний університет

КОНЦЕПЦІЯ РОЗВИТКУ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ В УКРАЇНІ

Однією із основних складових інформаційної системи підприємства, що забезпечує менеджерів різного рівня управління інформацією для прийняття обґрунтованих управлінських рішень є управлінський облік, який є більш інформативнішим ніж фінансовий облік. Він переводить процес управління підприємством на якісно новий рівень, орієнтуючи діяльність різних його служб і підрозділів на досягнення поставлених цілей, тобто контролює результати управління підприємством.

Однак, цілий ряд теоретико-методологічних та організаційно-методичних питань управлінського обліку залишаються невирішеними і дискусійними, зокрема серед зарубіжних і вітчизняних економістів немає консенсусу щодо теоретико-прогностичних аспектів розвитку управлінського обліку в глобальному інформаційному суспільстві; впливу на теорію і практику управлінського обліку глобалізаційних процесів та інформаційно- комунікаційних технологій; уточнення принципів та методів управлінського обліку в глобальному інформаційному суспільстві; інституціональне забезпечення розвитку управлінського обліку на міжнародному, регіональному на національному рівнях; плюралізм та неврегульованість облікової методології; удосконалення обліково-методологічного інструментарію управлінського обліку як науки; розробки організаційно-методичних аспектів управлінського обліку витрат, доходів та фінансових результатів суб'єктів господарювання в глобальному інформа-

ційному суспільстві та ін. Крім цього, подальшого дослідження потребують питання концепції розвитку управлінського обліку економіки глобального інформаційного суспільства. Сьогодні концепція розвитку управлінського обліку в нашій країні набуває особливої актуальності ще й у зв'язку з перенесенням у вітчизняну практику його зарубіжних концепцій.

Під концепцією управлінського обліку слід розуміти сукупність основних теоретичних принципів ведення управлінського обліку і складання внутрішньої звітності, якими описується будова й структура управлінського обліку.

Отже, концепція є методологічною основою для системного удосконалення управлінського обліку, визначення статусу бухгалтерів-аналітиків в умовах функціонування та розвитку ринкових відносин, їх сертифікації, забезпечення внутрішніх користувачів (менеджерів) об'єктивною та достовірною інформацією для управління підприємницькою діяльністю.

Концепція управлінського обліку повинна опиратись, в основному, на наукові положення, а не на практику, яка поки що не має суттєвих досягнень побудови раціональної системи управлінського обліку в ринкових умовах.

На формування концепції управлінського обліку впливають такі фактори: стан економічного розвитку країни; загальна економічна і політична ситуація в країні; дослідження та наукові теорії провідних фахівців; особливості підприємницької діяльності суб'єктів господарювання; рівень втручання центральних державних органів в економічні відносини; вимоги законодавства; коло користувачів та їх інтереси; вплив облікових систем інших країн; затрати на ведення управлінського обліку (в т. ч. оплата праці спеціалістів); обсяг діяльності та чисельності працівників підприємства тощо.

Концепція управлінського обліку є дуже важливим документом і повинна: допомогти відповісти на запитання «чому?» в управлінському обліку та визначати напрямки вирішення проблемних ситуацій в управлінському обліку.

При формуванні концепції управлінського обліку необхідно виділити дві складові. Перша пов'язана з формуванням мети і завдань управлінського обліку, який би відповідав вимогам глобального інформаційного суспільства, друга – основні етапи (склад робіт), які мають бути виконані, щоб отримати бажаний результат.

Розробка концепції повинна включати такі етапи: дослідження та моніторинг сучасного стану управлінського обліку; узагальнення і використання міжнародного досвіду та досвіду країн з розвинутою ринковою економікою; визначення перспектив розвитку управлінського обліку; формування новітньої парадигми управлінського обліку в глобальному інформаційному суспільстві; підготовка та обговорення тексту концепції шляхом проведення низки заходів, включаючи конференції, дискусії на сторінках професійних періодичних видань тощо; схвалення і затвердження концепції у професійних громадських об'єднаннях бухгалтерів та затвердження її на державному рівні.

Основними завданнями Концепції розвитку управлінського обліку в глобальному інформаційному суспільстві є: урахування тенденцій розвитку управлінського обліку в економічно розвинутих країнах та його адаптація в Україні в умовах формування та розвитку глобального інформаційного суспільства; створення системи управлінського обліку, яка би сприяла наданню

якісної інформації внутрішнім користувачам (менеджерам) для ефективного управління підприємницькою діяльністю суб'єкта господарювання; забезпечення зв'язку системи управлінського обліку в Україні з урахуванням тенденцій його розвитку в економічно розвинутих країнах; залучення управлінського персоналу суб'єктів господарювання підприємств до впровадження у практику системи управлінського обліку, яка би була надійним інструментом отримання інформації для управління бізнес-процесами (розробка внутрішніх стандартів, методичних рекомендацій зі збору даних та їх обробки, підготовки інформації на запит менеджерів; розробка моделі управлінського обліку на підприємстві та ін.).

Концепція управлінського обліку в нашій країні в умовах формування та розвитку глобального інформаційного суспільства повинна включати: загальні положення; мета і завдання управлінського обліку в глобальному інформаційному суспільстві; інституціональні засади організації управлінського обліку в Україні; методологічні основи побудови управлінського обліку в глобальному інформаційному суспільстві; підвищення рівня кваліфікації професійних бухгалтерів-аналітиків; шляхи реалізації Концепції розвитку управлінського обліку в глобальному інформаційному суспільстві.

На основі зазначеного можна зробити висновок, що розвиток вітчизняного бухгалтерського обліку повинен здійснюватися відповідно до розробленої національної його Концепції, розробка якої є одним з найважливіших завдань відповідних державних інституцій, професійних громадських об'єднань, науковців і практиків. При формуванні Концепції розвитку управлінського обліку в глобальному інформаційному суспільстві потрібно враховувати пріоритетні напрями розвитку економіки нашої держави, її складність і багатомасштабність, зміни в обліковому законодавстві, дотримання принципів управлінського обліку, його функцій, шляхи підготовки облікових кадрів, орієнтири в розвитку управлінського обліку як науки.

УКД 657

Ярошук О. В.,

к. е. н., доцент кафедри обліку та економіко-правового забезпечення агропромислового бізнесу,
Тернопільський національний економічний
університет

Бондарук О. П.,

студентка кафедри обліку,
Тернопільський національний економічний
університет

МІЖНАРОДНІ СТАНДАРТИ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ: ОСОБЛИВОСТІ ТА МЕТОДИ ПЕРЕХОДУ

Глобалізаційні процеси в світі створюють передумови для розвитку та впровадження особливих вимог до ведення бухгалтерського обліку та фінансової звітності на базі міжнародних стандартів. Первинно сформовані

засади та моделі вітчизняного обліку, не завжди можуть достатньо відобразити глобальні господарські явища та процеси. Тому, внаслідок цього, виникають значні проблеми в процесі обміну обліковою інформацією між різними сторонами. Саме тому одним з найактуальніших завдань сьогодення є гармонізація національного обліку з міжнародними стандартами різних країн.

Міжнародні стандарти фінансової звітності (IFRS) є інструментом реалізації економічної політики, основна мета використання якого полягає у забезпеченні прозорості та зрозумілості інформації щодо діяльності суб'єктів господарювання [2, с. 5]. Основною метою запровадження МСФЗ є відображення достовірної інформації за доходами та витратами, оцінка активів та зобов'язань, обґрунтування фінансових ризиків, формування результатів діяльності організації. У порівнянні з національними положеннями, МСФЗ ґрунтуються не на чітко визначених правилах, а на певних принципах. Передусім це дає можливість за основу брати економічну суть конкретного процесу. І відповідно ці принципи, на яких базуються МСФЗ, дають можливість відобразити реальний фінансовий стан організації. Саме тому мета максимального зближення національних стандартів фінансової звітності з міжнародними нині є однією з найважливіших [3, с. 488]. Кожен стандарт включає в себе інформацію про концепції та завдання, що є в основі розробки, критерії застосування конкретного стандарту, способи висвітлення інформації, бази вимірів та методи обліку. Враховуючи, що міжнародні стандарти повинні бути гнучким, оскільки впроваджуються в різних країнах, то в них чітко регламентовані базові аспекти напрямку, який висвітлено в певному стандарті.

З метою достовірного узгодження інформації на міжнародному рівні, підприємства та їх закордонні партнери, можуть використовувати загальні правила бухгалтерського обліку. І саме тоді виникає потреба в переході на МСФЗ. На практиці існують три можливі варіанти переходу на МСФЗ:

- ведення обліку усіх операцій паралельно за національними положеннями та МСФЗ;

- повна трансформація звітності за національними стандартами;
- часткове відображення даних за П(с)БО в певні розділи МСФЗ.

РМСБО виокремлює такі методи переходу на МСФЗ [2, с. 31]:

- стандартизація (адаптація);
- гармонізація;
- зближення;
- конвергенція.

Перший метод висвітлює ідею стандартизації та уніфікації облікових процесів. Тобто має існувати набір певних стандартів, які є базовими для будь-якої країни. Ці стандарти повинні впроваджуватися не силовими методами через запровадження законодавчих норм, а шляхом домовленостей між організаціями [4, с. 297]. Другий метод передбачає гармонізацію стандартів. Тобто в кожній країні можуть існувати свої моделі організації обліку, але при цьому вони не повинні суперечити стандартам в інших країнах. Така ідея представлена Європейським Співтовариством(ЄС). Робота у цьому напрямку ведеться з 1961 р., коли у межах ЄС була сформована робоча група з проблем

бухгалтерського обліку. Одним із методів є також зміна МСФЗ, щоб вони більшою мірою були зближені з національними стандартами. І абсолютно протиставним є метод конвергенції. Він являє собою повну зміну своїх вітчизняних правил методів обліку згідно МСФЗ.

Наявність значної кількості суперечливих думок з приводу стандартизації, гармонізації та уніфікації обліку є свідченням того, що немає єдиного і «точного» пояснення цих процесів. Це дає можливість зрозуміти, що одностороннє сприйняття цієї проблеми є недопустимим, оскільки недоцільно керуватися лише тим чи іншим методом. Узагальнюючим підходом у цьому процесі повинна бути стандартизація, як на національному, так і на міжнародному рівні. Засобом досягнення стандартизації є уніфікація та гармонізація, а об'єднуючим процесом є процес конвергенції, як зближення національних, регіональних та глобальних правил обліку [1, с. 18].

На сучасному етапі інтеграційних процесів в сфері економіки, можна виділити такі важливі тенденції бухгалтерського обліку, як зближення, гармонізацію та уніфікацію облікових процесів з врахуванням вимог міжнародних стандартів. Для України є важливим процес адаптування МСФЗ. Проте не менш важливим є аспект удосконалення вітчизняних бухгалтерських шкіл, для подальшої ідеалізації процесу адаптування.

Література

1. Жук В. М. До проблем стратегії запровадження МСФЗ в Україні. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2016. № 10. С. 16–22.
2. Лучко М. Р., Бенько І. Д., Облік і фінансова звітність за міжнародними стандартами. Тернопіль: Економічна думка ТНЕУ, 2016. 432 с.
3. Радова О. В. Проблеми адаптації вітчизняної системи бухгалтерського обліку до міжнародних стандартів. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/10_ukr/133.pdf.
4. Рєзнікова В. В., Орлова О. С. Перспективи гармонізації бухгалтерського обліку та фінансової звітності в Україні. *Адміністративне право і процес*. 2015. С. 296–334.

СЕКЦІЯ 6
ІННОВАЦІЇ ЮРИДИЧНОЇ ТА СОЦІАЛЬНОЇ НАУК
В ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ

Бейгер В.А.,
аспірантка кафедри конституційного,
адміністративного та фінансового права,
Тернопільський національний економічний
університет

ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА КІБЕРЗЛОЧИННІСТЬ В УКРАЇНІ

Зараз увесь світ перебуває в умовах ізоляції. Як і будь-який масштабний суспільний процес, вона буде мати як позитивні так і негативні наслідки для найважливіших сфер суспільного життя: економічної, політичної, освітньої, правоохоронної та ін.

Зважаючи на карантинні умови та обмеження у пересуванні кількість злочинів та правопорушень мала б зменшуватись. Але на зміну злочинам, які вчинені особою чи групою осіб особисто у фізичному просторі з'являється інший вид злочинів – інформаційні, або злочини вчинені із використанням кіберпростору.

Саме в умовах пандемії та повної самоізоляції прояви цього виду злочинів мають тенденцію до зростання. На це є ряд причин:

1. зміна умов праці та навчання (перехід на дистанційну форму; це в свою чергу робить вразливими дані, що передаються за допомогою мережі Інтернет);
2. переведення значної кількості послуг в онлайн-режим;
3. створення мобільних додатків, сайтів та акаунтів у соціальних мережах, спрямованих на попередження та боротьбу з коронавірусом (з їх допомогою злочинці дізнаються особисті дані – номери мобільних телефонів, банківських карток, та у подальшому використовують їх у злочинних цілях).
4. фейкові продажі товарів, які в умовах карантину є найнеобхіднішими (медичні товари та продукти харчування).

Вищезазначені нововведення сприяють розвитку атак кіберзлочинців на пересічних громадян та на державні структури.

Виконавчий директор Європолу Катрін де Боль наголошує, що така злочинна діяльність під час кризи у сфері громадської охорони здоров'я є особливо загрозливою і може становити реальний ризик для життя людей. [1].

Більшість країн світу заявили про те, що з початку пандемії коронавірусу та впровадження карантину активізувалася діяльність шахраїв в інформаційному просторі.

Щодо ситуації в Україні, то Департаментом кіберполіції України було викрито мережу шахраїв, які ошукали майже 1000 осіб. Встановлено, що ці особи займалися нелегальною торгівлею засобами індивідуального захисту, медичними виробами та здійснювали протиправну діяльність у кіберпросторі [2].

Зараз неможливо надати об'єктивну оцінку масштабу активізації кіберзлочинності, оскільки повну картину ми зможемо побачити після завершення

карантину, коли повністю відновиться робота державних структур та приватних компаній.

Експерти у ІТ галузі зазначають, що значна кількість атак кіберзлочинців на даному етапі є латентною і оцінити їх значення можна буде після скасування обмежувальних карантинних заходів.

Найбільш вразливими до кібератак є державні структури та звичайні громадяни. Щодо державних структур – то тут основною проблемою є відсутність належного рівня захисту від атак хакерів.

Вразливість пересічних громадян виявляється у відсутності високого рівня обізнаності у сфері інформаційної безпеки, як під час виконання робочих обов'язків так і під час особистого використання.

Найменш вразливою категорією є приватні компанії, оскільки значна частина їх фінансування спрямована на мережевий захист від вірусів та хакерських атак.

Література

1. Злочинці здобувають вигоду з пандемії COVID-19 – Європол. URL: <https://gordonua.com/ukr/news/worldnews/-zlochintsi-otrimujut-vigodu-z-pandemiji-covid-19-jevropol-1493037.html>.
2. Кіберполіція викрила мережу осіб, які ошукали близько 1000 осіб. URL <https://cyberpolice.gov.ua/news/kiberpolicziya-vykryla-merezhu-shaxrayiv-yaki-oshukaly-blyzko--osib-8471>.

УДК 241

Винник І.,
Ліц. Теол., Докторант Факультету
Католицької Теології
Мюнхенський університет Людвіга-
Максиміліана, Німеччина

КОРУПЦІЯ З ПЕРСПЕКТИВИ ХРИСТИЯНСЬКИХ СОЦІАЛЬНИХ ПРИНЦИПІВ

Підкуп та корупція є вічними проблемами, які присутні у всіх культурах та часах через цілу історію людства. Ще в античний період використовувалося слово «корупція» для позначення підкупу золотом, грошима чи подарунками (1). Але саме поняття «корупція», яке сформувалося до сьогодні, почало розвиватися тільки з 17 ст. (2).

Корупція є однією з найбільших проблем в Україні, яка має всеохоплюючий характер. Всі ланки суспільства є уражені цим вірусом, який несе більшу загрозу, ніж всім відомий сьогодні «COVID-19».

Звернемося до етимології слова «корупція». В розмовній мові ми використовуємо це слово у значенні підкупу чи неприйнятного вчинку (3). Слово «корупція» походить від лат. «*corruptio*», що означає «розклад; підкуп». А також прикметник «корумпований» від лат. «*corruptus*», який має значення

«зіпсований, підкуплений» (4). Отже етимологія слова дає нам чітко зрозуміти, що воно має виключно негативний характер.

Якщо звернутися до визначення поняття, то його розуміння є дещо важче, тому що в різних наукових предметах тлумачення є іншим. Зараз ми спробуємо коротко розглянути класичну дефініцію корупції. Це визначення належить Йозефу Сентурію, і звучить так: «Корупція – використання публічної влади для власної вигоди» (5). Також схоже визначення корупції подає *Transparency International (TI)*: «*Corruption is the abuse of entrusted power for private gain*». – «Корупція – це використання/зловживання довіреної влади для власної вигоди чи переваг» (6).

Як було вже вище згадано, корупція має своє визначення в різних наукових сферах: в психології, соціології, праві, політології, історії, економіці, біології, кримінології, а також в теології (7). Також способи дослідження та погляди на цю проблему в різних сферах будуть відрізнятися. В даному дослідженні пропонується розглянути проблему корупцію з перспективи християнських соціальних принципів, бо фундаментом і основною ціллю соціального вчення Церкви, є гідність людини з її правами, які складають основу «правди про людину». І, власне, основою соціального вчення Церкви є християнські соціальні принципи. Тому далі буде розглянуто корупцію в світлі принципів християнської соціальної етики. Якщо хтось помилково вважає, що принципи християнської соціальної етики відносяться тільки до християн, то це хибне враження, тому що ці принципи мають універсальний та фундаментальний характер (8).

Є чотири основні принципи християнської соціальної етики, а саме: персоналістичний принцип, принцип спільного добра/блага, принцип солідарності та принцип субсидіарності. Їх потрібно розглядати комплексно в спільній єдності та взаємозв'язку, тому що окремий розгляд кожного із принципів може призвести до часткового чи повного їхнього неправильного розуміння та використання. Деякі науковці розглядають «сталий розвиток» як окремий принцип християнської соціальної етики, але більшість не виділяють його як окремий принцип.

Персоналістичний принцип. Кожна людина має особисту гідність та свободу, яка впливає з того, що кожна людина сотворена на образ і подобу Божу: «Сотворімо людину на наш образ і на нашу подобу» (Бут. 1:26).

Гідність людини не залежить від жодних якостей, цінностей, здібностей, статусу чи періоду життя. Нею наділена кожна людська особа від моменту зачаття і до кінця існування.

Відповідно до цього принципу «Початком, суб'єктом і метою всіх громадських установ є і повинна бути людська особа» (9). Кожна сфера суспільного життя повинна бути спрямованою на людину (10). Корупція повністю заперечує цей принцип, тому що в кожному корумпованому вчинку людина перестає бути ціллю, а стає засобом до отримання вигоди. «Гідність людини вимагає, щоб вона діяла за свідомим і добровільним вибором» (11), а це в свою чергу означає, що людина, з одного боку, мусить вести себе та чинити відповідально, а з іншого, вона повинна приймати такі рішення, які

відповідають справжнім цінностям (12). Незважаючи на все корумпована особа приймає рішення, які є несправедливі, злочинні та погані. У випадку корупції людина є об'єктом для досягнення особистих цілей, що є не припустимо (13).

Принцип Спільного Добра – «Bonum Commune». Цей принцип бере свої витoki початки з гідності, єдності та рівності всіх людських осіб (14). Спільне добро є добром кооперативним, яке можливо зреалізувати тільки з допомогою суспільних структур. В душпастирській конституції про Церкву в сучасному світі «*Gaudium et spes*» спільне благо пояснюється як «Сукупність умов суспільного життя, які дають можливість і спільнотам, і їхнім окремим членам повніше та швидше досягнути власної досконалості» (15), а також звертається увага на те, що кожна спільнота повинна брати до уваги потреби і законні прагнення інших спільнот, ба навіть, спільне благо всіх людей. Спільне добро є скероване завжди на особистий розвиток (16), який є справедливим, а не корумпованим, який би мав нести добрі плоди для цілого суспільства.

«Обов'язок щодо спільного блага поширюється на всіх членів суспільства: кожна людина повинна сприяти, згідно із власними можливостями, досягненню і розвитку спільного блага. Необхідно служити спільному благу в усій його повноті, керуючись не редукціоністськими теоріями, які спрямовані на користь окремих осіб, а логікою якнайбільшої відповідальності, що її людина бере на себе. Спільне благо походить із найвищого людського прагнення, але цього блага нелегко досягти, оскільки воно вимагає здатності до постійних пошуків блага для іншого, мов для себе» (17).

Відповідно до цитати, яка наведена вище, є зрозуміло: корупція і спільне добро є несумісними і їхнє співіснування просто неможливе.

Метою існування будь-якого політичного авторитету є спільне добро, (18) але коли він корумпований, тоді, відповідно, він не відповідає своїй меті. Замість служити добру для всіх, цей авторитет діє для власного блага чи блага певних кіл. Це призводить до занедбання та зневаги спільного блага, та до піднесення власних інтересів над спільним добром (19).

Принцип солідарності. Під принципом солідарності розуміється взаємне зобов'язання по відношенню один до одного. Часто цей принцип описується, як «Один для всіх і всі для одного» (20). Ми всі несемо відповідальність за всіх (один за одного), тому потрібно боротися за «Спільне добро», за добро всіх і кожного (21). Згідно цього принципу багатші та сильніші повинні відчувати відповідальність за слабших та потребує. Вони повинні бути готові віддати частку свого (поділитися) з тими, хто потребує. Але і слабші не повинні займати пасивну позицію чи ворожу, але самі повинні теж виконувати те, що їм належить. Тому важливо для цього принципу щоб всі розглядали один одного, як рівних осіб (22).

Нелль-Бройнінг говорить: «Всі ми сидимо в одному човні» (23). Якщо буде добре всім членам суспільства, тоді буде добре і кожному зокрема. І тут стає зрозуміло, що корупція заперечує і цей принцип, бо вона думає про власне добро, добро певних груп. Суттю корупції є егоїзм, а основою солідарності – «один для всіх і всі для одного». Принцип солідарності не може існувати при егоїзмі, а груповому егоїзмі й поготів (24).

Принцип субсидіарності. Принцип субсидіарності показує людину, як особу та соціальну істоту. В цьому принципі йдеться про розвиток людиною своєї моральної ідентичності, та про внесок суспільних інститутів, які в цьому можуть допомогти. Спільнота є покликана і зобов'язана допомагати всім своїм членам. Таким чином людина є суб'єктом і ніколи не може бути тільки об'єктом. Тому для особи є корисним все те, що допомагає їй ще більше розвивати себе як суб'єкт (25). Суспільство повинно підтримувати членів соціального тіла і ніколи не може їх поглинати.

Корупція заважає принципу субсидіарності бути живим. У корумпованому суспільстві субсидіарність не може існувати, тому що корупціонери піклуються тільки про власні вигоди. Відповідно до цього принципу: «Всі суспільства вищого порядку повинні займати позицію допомоги («*subsidium*» по відношенню до нижчих – тобто підтримки, співдії та розвитку)» (26). І навпаки в корумпованому суспільстві. Замість підтримки, співдії та сприяння у розвитку, людина мусить боротися з проблемами та перешкодами. Замість полегшення і сприяння людина мусить боротися з штучно створеними перепонами, які б не мали існувати.

Підводячи підсумок, можна сказати, що корупція, без сумніву, йде врозріз з усіма християнськими соціальними принципами. Корупція і соціальні принципи суперечать один одному. Корупція – це поставити власну вигоду вище суспільного інтересу, вище інтересу всіх і кожного. Корупційний акт завжди порушує систему громадського порядку. Кожна людина, а особливо та, яка посідає певну владу, повинна підтримувати та зберігати суспільні інтереси, але в силу свого становища ця особа порушує його корупцією і завдає великої, а інколи непоправної шкоди. Корупція має завжди ціну, за яку платить, як ціле суспільство так і кожна людина зокрема.

Література

1. Поп. Sievernich S J, Michael: *Warum Korruption ethisch und spirituell verwerflich ist*, in: Bergoglio, Jorge Mario, Papst Franziskus: *Korruption und Sünde: eine Einladung zur Aufrichtigkeit*, Freiburg-Basel-Wien 2014, 7.
2. Поп. Pritzl, Rupert F. J., Schneider, Fridrich: *Korruption*, in: Korff, Wilhelm (Hrsg.): *Handbuch der Wirtschaftsethik*, Bd. 4.1, Berlin 2009, 310.
3. Поп. Litzcke, Sven, Linssen, Ruth, Maffenbeier, Sina, Schilling, Jan: *Korruption: Risikofaktor Mensch: Wahrnehmung-Rechtfertigung-Meldeverhalten*, Wiesbaden 2012, 8.
4. Поп. Wissenschaftlicher Rat der Dudenredaktion: Drosdowski, Prof. Dr. Günter, Köster, Dr. Rudolf, Müller, Dr. Wolfgang, Scholze-Stubenrecht, Dr. Werner: *Duden: Das Herkunftswörterbuch: Etymologie der deutschen Sprache: Die Geschichte der deutschen Wörter und der Fremdwörter von ihrem Ursprung bis zur Gegenwart* 7(2), Mannheim-Wien-Zürich 1989, 379.
5. Gharib, Sherin: *Korruption in autoritären Regimen: Eine kritische Analyse der Korruption und Korruptionsbekämpfung in Ägypten*, Hamburg 2012, 21.
6. *The Anti-Corruption Plain Language Guide*, Transparency International, 14, in: https://www.transparency.org/whatwedo/publication/the_anti_corruption_plain_language_guide, (11.04.2020).
7. Поп. Imhof, Annemarie: *Korruption*, Bern 1999, 1–2.
8. Папська Рада «Справедливість і Мир»: *Компендіум соціальної доктрини Церкви*, Київ 2008, № 161.

9. II Ватиканський Собор, наст. Конст. *Gaudium et spes*, AAS 58, Рим 1966, № 25.
10. Папська Рада «Справедливість і Мир»: Компендіум соціальної доктрини Церкви, Київ 2008, № 106.
11. II Ватиканський Собор, наст. Конст. *Gaudium et spes*, AAS 58, Рим 1966, № 17.
12. Папська Рада «Справедливість і Мир»: Компендіум соціальної доктрини Церкви, Київ 2008, № 132.
13. Папська Рада «Справедливість і Мир»: Компендіум соціальної доктрини Церкви, Київ 2008, № 133.
14. Папська Рада «Справедливість і Мир»: Компендіум соціальної доктрини Церкви, Київ 2008, № 164.
15. II Ватиканський Собор, наст. Конст. *Gaudium et spes*, AAS 58, 1966, № 26.
16. Пор. Катехизм Католицької Церкви, № 1912.
17. Папська Рада «Справедливість і Мир»: Компендіум соціальної доктрини Церкви, Київ 2008, № 167.
18. Папська Рада «Справедливість і Мир»: Компендіум соціальної доктрини Церкви, Київ 2008, № 168.
19. Пор. Гузар, Любомир Архисуперіор-Емерит: Післямова, в: Бергольо, Хорхе Маріо, Папа Франциск: Зцілитися від корупції, Львів 2015, 29.
20. Пор. Baumgartner, Alois: *Solidarität*, in: Heimbach-Steins, Marianne (Hrsg.), *Christliche Sozialethik: ein Lehrbuch*, Bd. I, Regensburg 2004, 284.
21. Іван Павло II, енци. *Sollicitudo rei socialis*: AAS 80, 1988, № 38.
22. Іван Павло II, енци. *Sollicitudo rei socialis*: AAS 80, 1988, № 39.
23. Nell-Breuning, Oswald von: *Gerechtigkeit und Freiheit: Grundzüge katholischer Soziallehre*, Wien 1980, 46.
24. Пор. Wilhelms, Günter: *Christliche Sozialethik*, Paderborn 2010, 110.
25. Пор. Wilhelms, Günter: *Christliche Sozialethik*, Paderborn 2010, 111–115.
26. Папська Рада «Справедливість і Мир»: Компендіум соціальної доктрини Церкви, Київ 2008, № 186.

УДК 342

Карий В. В.

аспірант кафедри конституційного,
адміністративного та фінансового права,
Тернопільський національний економічний
університет

РОБОТА СИСТЕМИ БЕЗОПЛАТНОЇ ПРАВОВОЇ ДОПОМОГИ У 2019 РОЦІ: ДОСЯГНЕННЯ, ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Система безоплатної правової допомоги у нашій державі запрацювала у 2011–2012 роках з прийняттям профільного Закону України «Про безоплатну правову допомогу» та утворенням Координаційного центру з надання правової допомоги [1]. Розвиток територіальної структури, функціональних завдань, категорій клієнтів – все це етапи становлення повноцінної загальнодержавної інституції, розвиток якої триває і сьогодні.

Якщо говорити про 2019 рік, то основними досягненнями року, за даними звіту системи БПД, називають:

1. Завершення формування нормативної бази для утворення Наглядової ради системи БПД. Наказами Міністерства юстиції України затвердженні Положення про Наглядову раду Координаційного центру з надання правової допомоги та Порядок проведення конкурсу щодо обрання її членів. Ці документи завершили етап формування нормативної бази для утворення Наглядової ради. До слова, персональний склад Наглядової ради затверджено вже у січні 2020 року.

2. Проведення оцінювання якості з використанням механізму «Peer review». Впроваджено початковий етап оцінювання, який охоплює перевірку якості надання безоплатної первинної та вторинної правової допомоги юристами системи БПД у цивільних та адміністративних справах.

3. Запровадження пілотного проекту з відновного правосуддя для неповнолітніх. Мета проекту – максимально раннє виведення дітей з кримінального процесу та ресоціалізація їх у суспільне життя. Протягом 2019 року даний проект діяв на території декількох областей, а вже з квітня 2020 року поширений на всю територію України.

4. Пілотування моделі розвитку незалежного провайдера БПД.

5. Інституалізація правопросвітницького напрямку роботи та затвердження комунікаційної стратегії системи.

6. Проведення Київської міжнародної конференції з безоплатної правової допомоги [2, с. 3].

Слід звернути увагу на окремі аспекти роботи системи безоплатної правової допомоги у 2019 році, такі як: надання правової допомоги та правопросвітництво. Аналізуючи показники діяльності системи БПД у 2019 році в частині надання правової допомоги слід зазначити, що загальний кількісний рівень клієнтів, у порівнянні з попереднім, 2018 роком, не суттєво знизився, залишившись майже на тому ж рівні (719732 в 2018 році та 711091 випадків надання правової допомоги у 2019 році), проте, зросла кількість випадків надання первинної правової допомоги (553301 у 2018 році та 558160 у 2019 році), що свідчить про незначне, проте, зростання правових питань, що вирішені в досудовому або позасудовому порядку. Адже звернення за отриманням первинної правової допомоги має ефект на усіх стадіях виникнення правової проблеми, і навіть до моменту виникнення такої, тобто консультація з юристом перед вчиненням правочину.

Щодо правопросвітницького напрямку роботи системи БПД слід звернути увагу, що саме у 2019 році вперше з моменту створення системи правопросвітницька діяльність була інституціоналізована шляхом прийняття правопросвітницької та комунікаційної стратегій системи. Створення та прийняття даних документів стало важливим кроком до розвитку системи загалом, адже існує прямий зв'язок між правопросвітницькою і комунікаційною роботою, рівнем обізнаності населення про можливість скористатися послугами системи БПД та кількістю звернень, а відповідно і вирішених правових проблем. Загалом протягом 2019 року системою безоплатної правової допомоги організовано

та проведено 38241 правопросвітницький захід, до яких були залучені понад 680000 учасників.

Підводячи підсумки слід звернути увагу на вже сформованій вертикальній структурі системи безоплатної правової допомоги та переході до розвитку у «горизонтальній» площині: розширення категорій осіб, що мають можливість скористатись послугами системи, а також просвітницького напрямку, що сприяє кращій обізнаності населення про свої права. Одночасно з цим запроваджуються нові механізми оцінювання повноти та якості наданої правової допомоги, що спонукає надавачів послуг працювати сумлінніше і безпосередньо впливає на рівень задоволеності клієнтів.

Література

1. *Про безоплатну правову допомогу: Закон України від 09 липня 2011 р. № 3460.* URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3460-17>.
2. *Безоплатна правова допомога 2019 / підгот. Координаційний центр з надання правової допомоги: Київ, 2020, 28 С.*

УДК 378

Ногас Н. І.

Аспірант кафедри конституційного,
адміністративного та фінансового права
Тернопільський національний економічний
університет

СИСТЕМА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИЩИМИ НАВЧАЛЬНИМИ ЗАКЛАДАМИ ЯКОСТІ ОСВІТНЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

В результаті інформаційного та технологічного прогресу стає актуальним моніторинг та розвиток якісних освітніх закладів, оскільки саме вони надають освітню базу абітурієнтам, які в подальшому стимулюють інформаційний прогрес, який необхідний для подальшого наукового звершення.

Так, говорячи про Україну, то у процесі встановлення України як незалежної та розвинутої держави одну із основних ролей відіграє забезпечення вищими навчальними закладами якісної вищої освіти. Це пов'язане насамперед з тим, що якісна освіта є складовою успішного економічно-соціального зростання держави.

Якість вищої освіти це як підсумок інтерпретації через якісь освіченості випускників вищого навчального закладу. Підсумовуючи підсумки 2019 року за юридичними напрямками випусків студентів, то необхідно підкреслити, що якість освіти, яку надали вищі навчальні заклади України не дала необхідних знань, щоб студенти підтвердили свої кінцеві знання на Зовнішньому Незалежному Оцінюванні з права. Це говорить про те, що необхідно розпо-

чинати розробляти успішні проєкти для реформування вищої освіти у вузах III та IV рівнях акредитації [6, С. 101].

Також про низький рівень якості вищої освіти говорить те, що в країні низький показник висококваліфікованих медичних, економічних та інших працівників про що свідчить низький показник якості життя людей.

Розробкою даної теми займалися такі вітчизняні науковці як: Л. Є. Сігаєва, В. Луговий, Ж. Таланова, Т. Лукіна, В. Лунячек, О. Локшиної та інші науковці.

Виклад основного матеріалу. На початку XXI століття розпочалася новітня епоха інформаційного розвитку, яка потребує забезпечення висококваліфікованих працівників, яких може забезпечити лише якісні вищі освітні заклади.

Зауважимо, що нелегкою категорією у всі часи була «якість освіти». Якість освіти забезпечує не тільки якість отриманого абітурієнтом знань, а й подальшим становищем цього індивіда у суспільстві. Також слід наголосити, що якість освіти не поширюється не тільки на одного індивіда, а й на суспільний розвиток в державі в повному обсязі [5, С. 124]. Смісловий зміст про якість освіти не є статистичним, тобто не поширюється лише на певне десятиліття, а є віддзеркаленням усієї історичної епохи.

Так, для більш точного уявлення поняття «якість освіти» необхідно дати визначення цьому розумінню. Якість освіти – це сукупність властивостей системи освітньої галузі, що відповідає сучасним вимогам педагогічної теорії та практики й спроможна задовольнити освітні потреби особистості, суспільства, держави. Підвищення якості освіти потребує її постійного дослідження, налагодження системи моніторингу освіти, головною метою якого є збирання, обробка, зберігання та поширення інформації про освітню систему або її окремі елементи, оцінювання й аналіз її показників на всіх рівнях функціонування, поширення та доступ до цієї інформації громадськості, різних користувачів освітніх послуг, посилення управлінських дій щодо якісних показників в освіті, прогнозування її розвитку [4, С. 16–17].

Основними нормативно-правовими документами, що регулюють правовідносини у сфері надання освітніх послуг є:

Конституція України – визначає основні принципи та основні вектори надання вищої освіти в Україні [1];

Закон України «Про вищу освіту», який визначає основні функції державної політики у сфері вищої освіти та сприяє політиці сталому розвитку суспільства шляхом надання підготовки конкурентоспроможного людського капіталу та створення умов для освіти протягом життя; доступності вищої освіти та ін. [2].

Зокрема, до нормативно-правових актів, які регулюють сферу вищої освіти, варто віднести: укази та розпорядження Президента України, постанови та розпорядження Кабінету Міністрів України, накази та інші підзаконні нормативні акти Міністерства освіти і науки України, Міністерства економіки і торгівлі України, Міністерства фінансів України, нормативні акти місцевих державних адміністрацій, органів місцевого самоврядування [7, С. 147–148].

Зазначаємо, що центральним органом виконавчої влади у сфері освіти і науки є Міністерство освіти і науки України (далі МОН). Тобто контроль, моні-

торинг та реалізація державної політики у сфері надання вищої освіти здійснюється через МОН. Так згідно Державної національної програми «Освіта».

Основними показниками даної програми мають стати такі показники діяльності закладів вищої освіти: 75 відсотків випускників загальноосвітніх навчальних закладів володітимуть щонайменше двома іноземними мовами; як держава-учасниця міжнародного дослідження якості освіти PISA Україна має увійти до 50 кращих держав-учасниць[3]. Можемо сказати вплинуло на регулювання ЗВО укладання Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом, відповідно до якої учасники забезпечують:

- реформування вищої освіти;
- зближення у сфері вищої освіти в межах Болонського процесу;
- підвищення якості та важливості вищої освіти; поглиблення співробітництва між закладами вищої освіти;
- розширення можливостей закладів вищої освіти;
- активізації мобільності студентів і викладачів.

Отже, можемо сказати, що Україна намагається не відставати від сусідніх передових країн по рівню розвитку освіти. В Україні розроблено науково-освітня програма, яка в подальшому буде вирішувати проблеми з низькою якістю вищої освіти.

Література

1. Конституція України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>.
2. Закон України «Про вищу освіту». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
3. Міжнародні стандарти якості освіти. URL: <http://uadocs.exdat.com/docs/index70147.html>.
4. Вітченко А. Впровадження системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти як інституційна проблема. Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія : Пед. науки. 2017. № 8 (313). Ч. II. С. 6–16.
5. Конкурентні моделі управління якістю вищої освіти: колективна монографія /за заг. ред. Лук'яненка Д., Антонюк Л. К. : КНЕУ, 2018. 531 с.
6. Луговий В., Таланова Ж. Чинники і умови забезпечення якості вищої освіти в Україні в процесі євроінтеграції. Вісник Київського університету імені Тараса Шевченка. 2018. № 94–96. С. 98–103.
7. Моніторинг якості освіти: становлення та розвиток в Україні: Рекомендації з освітньої політики. Кол. авторів: О. Локишина, Т. Лукіна, В. Лунячек та ін. / Під заг. ред. О. Локишиної. К.: «К.І.С.», 2014. 160 с.

Юркевич І.,

Аспірант, старший викладач кафедри

кримінального права та процесу

Тернопільський національний економічний
університет

ПРАВОВІ ЗАСАДИ РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ЮРИДИЧНИХ КЛІНІК

Сучасна юридична освіта повинна в собі професійно поєднувати теоретичні знання і практичну діяльність. Практико-орієнтоване навчання дозволяє

найбільш повно реалізувати юридичний практичний досвід у студентів. Саме ці вміння можна здобути у юридичній клініці.

Нерідко представники юридичного бізнесу та інші роботодавці скаржаться на те, що вчорашні студенти юридичних закладів вищої освіти мають достатньо теоретичних знань, проте не володіють навиками написання процесуальними документами, консультувати клієнта та виявити його проблему.

Недостатньо досвіду та практичних навичок, зумовлює проблему працевлаштування випускникам ЗВО за фахом. Це є гострою проблемою для молодих юристів, тому юридичні заклади вищої освіти повинні посприяти студентам у набутті тих знань та навичок, які цінуються у сфері права.

Одним з ефективних інструментів є юридичні клініки, які гармонійно поєднують у собі кілька функцій: навчальну, правопросвітницьку та координаційну.

Проблемам організації юридичної клінічної діяльності присвячено наукові праці М. Антонович, А. Гетьман, А. Головістікова, І. Голосніченко, О. Данильян, Ю. Калиновський, Є. Коломієць-Людвіг, О. Осауленко, О. Пометун, С. Третяк, І. Яков'юк та інші науковці та практики.

Юридична клініка – це структурний підрозділ юридичного факультету, в межах якого студенти-юристи, під керівництвом викладачів, набувають практичної підготовки шляхом надання безкоштовної юридичної допомоги та здійснення правової просвіти населення. Відповідно до Наказу Міністерства освіти і науки України № 592 від 3 серпня 2006 року «Про затвердження Типового положення про юридичну клініку вищого навчального закладу України», юридичні клініки мають функціонувати в усіх навчальних закладах III-IV рівнів акредитації, що здійснюють підготовку фахівців за напрямом «Право», незалежно від форми власності та підпорядкування [1, с. 125].

Діяльність юридичної клініки має бути включена до навчального плану юридичного факультету ЗВО, який повинен оплачувати роботу її працівників. Однак, не в усіх ЗВО дотримуються таких умов. Проблема постає в тому випадку, коли юридична клініка не має внутрішнього фінансування та матеріального забезпечення.

До складу юридичної клініки, як правило, входять: директор, координатор, студентський директор, викладачі-практики юридичного факультету та студенти-консультанти.

Юридичні клініки можуть бути як універсальними, так і спеціалізуватися на наданні послуг з окремих галузей права. Основними групами громадян, які звертаються по отримання допомоги до клінік, є інваліди, ветерани війни, пенсіонери, малозабезпечені, молодь. Проте, новою тенденцією, за останній період діяльності юридичних клінік, стало консультування підприємців малого бізнесу.

Варто зазначити, що безоплатність допомоги, що надається в юридичних клініках, не означає її недостатню якість. Адже, за рівень якості наданої правової допомоги відповідає ЗВО, при якому вона діє. Тому навчальний заклад покладає контроль за діяльністю студентів-консультантів на директора клініки, її координатора та викладачів-практиків.

Студенти-консультанти можуть зреалізувати теоретичні знання на практиці під час роботи в юридичній клініці. За допомогою досвідчених викладачів майбутні юристи опановують навички юридично обґрунтованої і відповідальної консультації, опитування клієнта, формування юридичної етики, розслідування фактів справи, вивчення та аналізу нормативної бази, правильного спілкуватися в усній та письмовій формах.

Голландські вчені вважають особливістю своєї освіти в тому, що в рамках кожного університету створена юридична клініка, в якій студенти старших курсів під керівництвом колегиї адвокатів надають безоплатну правову допомогу [2, с. 383]. Однак, для української юридичної освіти такий досвід не є новим. На базі багатьох вищих навчальних закладів України, де викладаються дисципліни юридичного профілю вже більше десяти років функціонують юридичні клініки. Однією із них є і ЮК «LIBERTA» Тернопільського національного економічного університету.

Вважається, що юридичні клініки можуть бути дуже ефективними у правопросвітницькому напрямі.

Співпраця юридичних клінік з правопросвітницькими проектами, які допомагають студентам у розвитку важливих для юриста навичок, зокрема вміння комунікувати з різними верствами населення, чітко доносити інформацію, а також швидко та правильно виявляти проблему клієнта. Одним із видів правопросвітницької діяльності є «Street Law».

Поняття «Street law» виникло у 70 pp. XX ст. у США та почало використовуватися для визначення практичного права, а згодом – й освітніх програм про практичне застосування права, у повсякденному житті пересічних громадян. Його мета – зробити принципи права та практичні правові концепції зрозумілими та більш реальними для непрофесіоналів та для школярів [3, с. 187–188].

Студенти – клініцисти викладаючи практично орієнтовані курси права у школах, місцях позбавлення волі, громадських організаціях, студенти отримують нові знання, вміння, навички у процесі навчання непрофесіоналів. У результаті майбутні юристи вчаться дивитися на речі ширше, з іншого погляду, збагачуючи свій освітній досвід. Водночас слухачі – громадяни (і діти, і дорослі) – отримують цінну інформацію про те, як визначати та захищати свої права, які охороняє закон.

Проте є невеликий недолік непопулярності юридичних клінік, а саме є певний відсоток незацікавленості студентів, адже молоді люди не бачать конкретних бонусів (заробітної плати) за участь у діяльності клініки.

Звичайно, якщо участь студента-клініциста зараховуватиметься йому до практики або певного курсу, це буде позитивним стимулом. Наразі напрацьовуються нові ідеї щодо вдосконалення діяльності ЮК та заохочення студентів.

Юридична клініка є багатофункціональною платформою, зусилля від створення якої є значно меншими в порівнянні з користю, яку вона має.

Отже, робота юридичних клінік забезпечує можливість практичного застосування студентами набутих під час навчання у ЗВО знань, умінь та навичок, а також сприяє вирішенню питання загальнодержавного значення – допомоги соціально незахищеним верствам населення. Діяльність юридичних

клінік координується Конституцією України, як основним законом країни, законами та підзаконними нормативно-правовими актами, міжнародними договорами та угодами, нормами та принципами міжнародного права, а також ненормативними правовими актами.

Література

1. *Юридичні клініки в Україні: освіта та правова допомога : монографія* / М. Т. Лоджук. – Одеса : Фенікс, 2015. – 328 с
2. Гурак Р. В. *Розвиток сучасної юридичної освіти в європейських країнах* / Р. В. Гурак // *Порівняльно-аналітичне право*. – 2014. – No 6. – 382–384.
3. Поляков А. *Юридична клінічна освіта: історичний досвід і сучасність* / А. Поляков // *Педагогічний дискурс*. – 2010. – No 8. – С. 185–191.

UDC 378

Li Wei

Ph.D. student,

Department of Economic Control and Audit

Sumy National Agrarian University, Sumy, Ukraine

Henan Institute of Science and Technology, China

UNIVERSITY SOCIAL SERVICE FUNCTIONS AND TEACHERS' SOCIAL SERVICE COMPETENCE

The social service function of colleges and universities is an important social function of such a social organization and determines whether the colleges and universities can adapt to social development and meet social needs. Only when the colleges and universities have a group of teachers with strong social service ability can they fulfill their social service function well, and at the same time promote the social development, continuously improve the comprehensive strength of the colleges and universities. This article uses the literature review method to explore the relationship between colleges and universities' social service functions and teachers' social service competence, and proposes methods to improve social service functions and teachers' social service competence.

Key Words: colleges and universities teachers, social service functions, social service competencies

1. Social Service Functions of Colleges and Universities

The social service function of colleges and universities is one of its important social functions. The participation of colleges and universities in social services can effectively promote social and economic development, broaden and enhance the scope and practical ability of teachers and students, promote the school's own development, and meet the needs of national social development and talent training. Article 20 of the "Outline of the National Education Medium- and Long-Term Reform and Development Plan (2010-2020)" clearly states that colleges and universities must firmly establish the initiative to serve the society and carry out all-

round services [1]. However, many colleges and universities attach great importance to the two functions of talent training and scientific research, but they do not pay enough attention to the social service function, they are not sure about the direction of social development, and they cannot adapt to social development and changes.

The social service function of colleges and universities originated in the United States and has a history of more than 150 years. It has formed a relatively mature social service model in the exploration and development. The author summarized the development process of social service functions in American colleges and universities in the process of combing numerous studies (see Table 1), hoping to discover the laws of social service function development in colleges and universities.

Table 1: Development stages of social service functions in American colleges and universities [2] [3]

Stage	Time	Major Signs	Stage Features
Germination stage	Mid 18th Century-19th Century	Establishment of Nine Colleges	Curriculum focus on vocational training subjects. Emphasize the education of cultivating talents needed by the society. Pay attention to the opinions of people outside the school and meet the actual needs of social development. Raise funds with the society.
Establishment stage	Late 19th century	Wisconsin Ideas and Cornell Plan	The teaching content of American colleges and universities is closely connected with the actual needs of American society's production and life.
Further development stage	1940s and 1950s	Creation of Stanford University Science Park	The emergence of community colleges. From the internal resource services of colleges and universities to social integration. Start deepening cooperation with governments and enterprises.
New wave stage	1990s	The emergence of "interactive universities"	Emphasize cooperation and interaction between universities and communities. Form a social service model in which universities and communities participate together.

It can be seen from the development of social service functions in American colleges and universities that the formation and development of university social service functions are closely related to social and economic development. The development of colleges and universities must closely follow the pace of social development and provide the society with necessary and urgently needed social services such as talents, technology and education. This requires colleges and universities to pay close attention to social development trends, adjust their development plans and strategies. In the teacher training, professional settings, personnel training, scientific research, etc., the connection and relationship with social development should be fully considered. So as to cultivate corresponding talents for social development, provide corresponding science and technology, and provide related social services. In this process, all the work of colleges and universities meets the needs of social development, teachers are trained, and talent training has achieved remarkable results, and they will certainly win social support to achieve their own development.

2. Social Services Competence of the colleges and universities Teachers

The social service competence of colleges and universities teachers refers to the abilities and qualities that they must possess in carrying out social service activities. Like teaching competence and scientific research competence, it is an

important competency for colleges and universities teachers. The social service competence of colleges and universities teachers is the ability and quality displayed in their social service activities. The characteristics of social service activities of colleges and universities teachers determine what kind of competence they need. Figure 1 shows the expression of the social service activities of colleges and universities teachers, from which we can see the responsibilities that colleges and universities teachers should assume in social service activities.

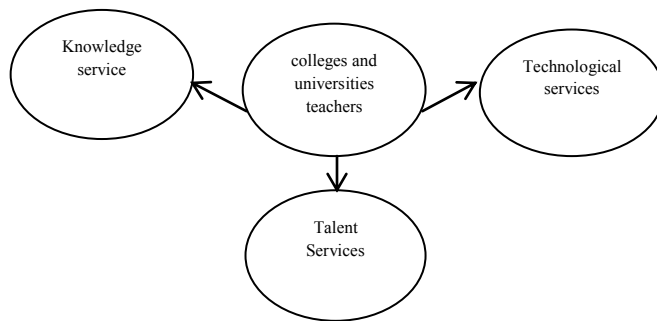


Figure 1. Social service activities of college teachers

As can be seen from Figure 1, colleges and universities teachers' participation in social service activities is mainly carried out by providing knowledge services, technological services, and talent services to the society. Knowledge service refers to the fact that colleges and universities teachers have rich theoretical knowledge. They can provide services to social organizations and individuals in need through theoretical consultation, professional lectures, and technical training. Technological services refer to the provision of advanced technologies that social teachers and organizations, especially enterprises, need to help colleges and universities teachers to solve practical problems and promote their development through their scientific research activities. Talent service refers to the cooperation between colleges and universities teachers and social organizations, mainly enterprises, to provide them with high-level professional talents, participate in business management activities of enterprises and other social organizations, and promote the rapid development of social organizations.

The development of colleges and universities teachers' social service capabilities is in line with the needs of teachers to improve their comprehensive professional ability, and also meets the realistic needs of colleges and universities to serve the social and economic development. The level of teachers' social service capabilities directly affects the level of college social services and the realization of social service functions [4].

Improving teachers' social service competence is of great significance. The first is to strengthen the premise of the combination of learning and practice, and the cooperation between schools and enterprises. The second is to continuously improve the quality of school teaching and talent training. The third is to continuously improve the comprehensiveness of teachers' quality, forming a team of teachers with equal emphasis on teaching and skills.

3. Improve Teachers' Social Service Competence

The social service ability of colleges and universities teachers is formed and developed in the activities of colleges and universities to serve the society. Therefore, in

order to improve the social service ability of colleges and universities teachers, we must mobilize the enthusiasm of the relevant subjects to work together. We believe that there are four main subjects: teachers, universities, enterprises, and the government. The interaction between them (Figure 2) forms a network of social service relationships, and promotes the formation of teachers' social service competence in the process.

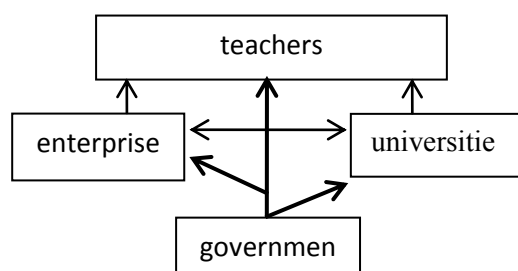


Figure 2. Social Service Relations for University Teachers

It can be seen from Figure 1 that university teachers are the most important subjects of social service activities. They should continuously improve their understanding of the importance of social service victory, strive to improve their overall quality, actively participate in social service projects of schools, enterprises and governments, and actively Attend skills training.

Schools should provide a platform for teachers, support research and activities of social service projects, organize and support social service capacity training, establish incentive measures, participate in social service projects at all levels of government, provide intellectual support for government social development, and cooperate with enterprises to assist Enterprises improve their technical level.

Enterprises should cooperate with teachers to carry out various activities such as scientific and technological training and student internships. The company hires teachers as part-time staff to become technical guidance for the company. Cooperate with schools to build a scientific research platform for school-enterprise cooperation, and establish a training and practice base for teachers and students. Cooperate with the government to coordinate enterprises, schools, and governments to establish a dialogue mechanism to jointly promote social stability and economic development.

The government should introduce corresponding policies, establish an incentive system, and guide teachers to actively improve their social service capabilities. Establish corresponding management institutions to improve and develop teachers' social service functions [5]. Cooperate with schools to establish channels of dialogue to help schools developing with the society. Cooperate with enterprises, support cooperation between enterprises and schools, and jointly promote the continuous improvement of teachers' social service competencies.

References

1. "Outline of the National Education Medium and Long-term Reform and Development Plan (2010–2020)" – [Electronic resource]. – Access: <http://www.moe.gov.cn>.
2. Li Zhoushan. *The Enlightenment of Social Service Models in American Universities to Chinese Applied Universities*. *Journal of Tongren University*. – 2019. – p. 55–56.
3. He Guoqing, Wang Baoxing. *History of Foreign Higher Education: People's Education Press*. – 2006. – p. 148–150.
4. Ye Caihua. *Analysis on the Development of Teachers' Social Service Ability in Higher Vocational Colleges*. *Science and Technology Information*. – 2019. – p. 109–110.
5. Li Min, Sun Changzheng. *Analysis and Thinking of Teachers' Social Service Ability in Higher Vocational Colleges*. *Journal of Handan Polytechnic College*. – 2017. – p. 66–68.

Наукове видання

**ЕКОНОМІЧНИЙ І СОЦІАЛЬНИЙ
РОЗВИТОК УКРАЇНИ В ХХІ СТОЛІТТІ:
НАЦІОНАЛЬНА ВІЗІЯ ТА ВИКЛИКИ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

Збірник тез доповідей XVII Міжнародної науково-практичної конференції
молодих вчених

Підписано до друку 04.06.2020 р.
Формат 60х90/16. Гарнітура Times.
Папір офсетний. Друк на дублюванні.
Умов. друк. арк. 9,3. Обл.-вид. арк. 9,8.
Тираж 100 прим.

Видавець та виготовлювач
Тернопільський національний економічний університет
вул. Львівська, 11, м. Тернопіль 46009

*Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру видавців ДК № 3467 від 23.04.2009 р.*

Видавничо-поліграфічний центр «Економічна думка ТНЕУ»
вул. Бережанська, 2, м. Тернопіль 46009
тел. (0352) 47-58-72
E-mail: edition@tneu.edu.ua