МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Державний вищий навчальний заклад
«КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені ВАДИМА ГЕТЬМАНА»

Збірник доповідей 87-ї наукової студентської конференції

ІННОВАЦІЙНА УКРАЇНА: КРЕАТИВНІ ІДЕЇ ТА ПРОЕКТИ

(4–13 травня 2020 р.)

1906 КНЕУ
КИЇВ 2020

УДК 338.242(477):330.341.1
І-11

Відповідальна за випуск: ***О.В. Піскунова***

І-11 **Інноваційна Україна:** креативні ідеї та проекти: зб. доп. 87-ї наукової студентської конференції, 4–13 травня 2020 р. — [Електронний ресурс]. Київ, КНЕУ, 2020. — 410 с.

ISBN 978-966-926-340-7

Збірник тез студентів університету укладено за підсумками їх досліджень, представлених на науковій конференції КНЕУ 4–13 травня 2020 р. Доповіді студентів присвячено перспективам розвитку інноваційних процесів в Україні, глобалізаційним тенденціям в економіці, сучасним особливостям міжнародної конкурентоспроможності країн світу, новітнім підходам у менеджменті і маркетингу, економіці праці і соціальному забезпеченню, розвитку фінансової сфери, правовому забезпеченню інноваційного розвитку економіки України. Розглянуто питання щодо застосування кількісних методів та інформаційних технологій в економічних дослідженнях.

УДК 338.242(477):330.341.1

Розповсюджувати та тиражувати
без офіційного дозволу КНЕУ забороняється

ISBN 978-966-926-340-7 © КНЕУ 2020

З М І С Т

ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ

Платформа 1

Антикризові стратегії публічного управління національною економікою

Пінтелей Ігор
Вимоги МВФ, або як втратити суверенітет 12

Білявський Олексій
Стратегічна платформа публічно-приватного партнерства в умовах пандемії коронавірусу 14

Бондар Юлія
Використання земельних ресурсів в умовах загострення світової продовольчої кризи 16

Гошта Софія
Проблеми гендерної диспропорції в економічній сфері 18

Савченко Юлія
Кібербезпекові тренди в умовах поширення коронокризи 22

Платформа 2

Мікро та макроекономічний аналіз явищ і процесів креативної економіки

Болдирєв Феодосій
ІТ-сектор як драйвер економічного розвитку: вплив на зайнятість, бюджет і закордонні інвестиції 25

Нелеп Аліса
Малий та середній бізнес в Україні в умовах пандемії — 2020: як пом'якшити удар під час кризи 27

Розсохіна Валерія
Цінова війна як метод агресивної конкуренції 29

Батюк Іван
Макрофінансова стабілізація в Україні в умовах глобальної кризи 31

Лісовець Ірина
Дослідження вітчизняних домогосподарств через призму законів Енгеля 37

Фомічов Андрій
Сильний бренд як прояв ринкової влади фірми 39

Платформа 3

Наукові Барви — 2020

Головко Наталія
Особливості діагностування економічної ефективності стартапів 42

Нотевський Євгеній
Графоаналітичний аналіз як інструмент оцінки потенціалу підприємства та передумова запровадження інновацій 44

Подолян Тетяна
Адаптаційні моделі розвитку підприємств за умови нестабільного бізнес-середовища 46

Уницька Ганна
Управління інтелектуальною складовою активів сучасних бізнес-організацій 49

Коломоєць Анна
Обґрунтування підприємницької ідеї розвитку діяльності «Зефір. Солодка Майстерня» 50

Хан Мар'яна
Модифікаційні зміни продуктового ритейлу України в умовах COVID-19 52

Джебраїлов Роман
Бізнес-акселератори як сучасна форма ведення бізнесу: особливості та перспектив 54

Мамлюк Варвара
Особливості та державне регулювання комерціалізації технологій 57

Шапран Олександр
Напрямки розвитку фармацевтичних підприємств у цифровій економіці 59

Клочан Єлизавета
Лобойко Варвара
Підвищення ефективності командної роботи із застосуванням соціоніки 61

Платформа 4

Сучасні управлінські практики в бізнесі

Моти Олександра
Особливості управління збутом промислового підприємства в умовах пандемії 64

Незамедінова Тетяна
Шляхи розвитку корпоративної культури в організаціях 66
Новак Юлія
Конфлікт — менеджмент в організації: тактичні та стратегічні аспекти 69
Даниленко Вікторія
Управління розробленням та реалізацією конкурентної стратегії підприємства 71
Бурма Юлія
Зань Вікторія
Захист конфіденційної інформації від шпигунських атак в умовах діджиталізації проектної діяльності 74
Зань Вікторія
Кос Ірина
Сучасні інструменти управління консалтинговою компанією 76
Кобринська Анастасія
Сучасні тренди організаційного дизайну 78
Матвієнко Марія
Рубінківська Софія
Маркетингова стратегія консалтингової компанії 80
Хан Мар'яна
Шапран Олександр
Управління проектними ризиками в умовах пандемічної кризи 83
Швидкий Дмитро
Впровадження організаційних змін на підприємстві як засіб адаптації до кризових явищ 85
Юдін Владислав
Стратегія продуктової диференціації бізнес-організації 87

ПЛАТФОРМА 5

ІННОВАЦІЙНИЙ АГРОБІЗНЕС

Костівська Софіи
Застосування інноваційних технологій обробки насіння як напрям підвищення конкурентоспроможності підприємства 89
Ляшко Олександра
ІТ в обгрунтуванні галузевої структури аграрного підприємства 90
Харченко Катерина
Ринок продукції глибокої переробки кукурудзи: можливості для українського агробізнесу 91
Лисенко Яна
Міське фермерство — напрямок майбутнього агросектору 95

ФАКУЛЬТЕТ МАРКЕТИНГУ

ПЛАТФОРМА 1

ЛОГІСТИКА: СУЧАСНІ ПЛАТФОРМИ

Томащук Анастасія
Роль транспортної логістики в умовах сучасної пандемії 97
Дубовий Єгор
Роботизація складських операцій 99
Мюллер Анна
Доставка дронами: перспективи, переваги та недоліки 101
Сухаревська Анастасія
Вплив діджиталізації на сучасний стан логістичної діяльності 103
Кріпак Владислав
Роль логістичного аутсорсингу як спосіб підвищення конкурентоспроможності підприємства 105

ПЛАТФОРМА 2

РОЗВИТОК ПРИКЛАДНИХ КРЕАТИВНИХ ЗАДАЧ ЕКОНОМІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Мартинюк Кароліна
Теорія ігор у логістиці 107
Лісовець Ірина
Неоднорідні диференціальні рівняння в динамічній моделі ринку вальрасівського типу 109

ПЛАТФОРМА 3

ГЛОБАЛЬНІ ВИКЛИКИ ТА РОЗВИТОК МАРКЕТИНГУ

Кирилов Іван
Маркетингові стратегії авіакомпаній у посткризовий період 112

Королькова Ксенія
Штучний інтелект як інструмент маркетингової діяльності 112
Грінченко Ольга
Маркетингові комунікації підприємства МХП 114
Гладчук Владислав
Досвід маркетингової діяльності ГК «Епіцентр» 115
Собченко Аліна
Бренд-менеджер як новаторство в маркетинговій інформаційній структурі 116
Рудик Катерина
Інтернет-комунікації та їх вплив на позиції підприємства в сучасних умовах 118

ПЛАТФОРМА 4

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ

Плетяк В.О.
Innovative technologies in the tourism industry/ Інноваційні технології в туристичній індустрії 121
Гончар А.В.
Current challenges of providing life standards/ Сучасні виклики забезпечення стандартів життя 123
Желєзнова Ю.С.
Innovative technologies of artificial intelligence in the system of training/ Інноваційні технології штучного інтелекту в системі навчання 125
Бахтуріна Ю.В.
The directions of modernization of the educational services market for the demands of the labor market (Freelance as a new form of employment)/ Напрями модернізації ринку освітніх послуг під потреби ринку праці (Фриланс як нова форма працевлаштування) 127
Жеребко Є.Ю.
Prospects of the use of solar energy technologies in Ukraine/ Перспективи використання сонячної енергетики в Україні 129

ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ І МЕНЕДЖМЕНТУ

ПЛАТФОРМА 1

СУЧАСНА УКРАЇНА: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Голіонко Катерина
Електронна комерція в Україні/ E-COMMERCE IN DER UKRAINE 133
Бутенко Катерина
Нейромаркетинг — особливості цього виду реклами/NEUROMARKETING — WERBUNG, DIE IM KOPF WIRKT 134
Ісаєв Максим
Стратегія розвитку української економіки: освоєння голубих океанів/ Entwicklungsstrategie für ukrainische Wirtschaft: Eroberung blauer Ozeane 135
Ігнат'єва Валерія
Роль ТНК в економіці України/ Die Rolle von TNCs in der Wirtschaft der Ukraine 137
Мазуренко Денис
Сонячна енергія. Останній крок в епоху відновлюваних джерел енергії?/ Solarenergie. Die letzte Stufe bei dem Sprung ins Zeitalter der erneuerbaren Energiearten? 139

ПЛАТФОРМА 2

СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО СЕРЕДОВИЩА

Голіонко Катерина
Світова фінансова криза 2020 року: причини і виклики 141
Мироненко Андрій
Влив пандемії коронавірусу на глобальний фінансовий ринок 144
Іоніцой Євгенія
Сучасний стан та перспективи розвитку системи фінансового регулювання аграрного сектору України 146
Кіяшко Ігор
Венчурне інвестування: закордонний досвід та вітчизняні реалії 148

ПЛАТФОРМА 3

МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ В УМОВАХ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ

Печенюк Катерина
Економічне співробітництво України з країнами ЄС 151

Попсуй Лідія
Медіа індустрія: фактори формування та вплив на інші галузі 153
Усатюк Маргарита
Вплив діджиталізації на індустрію медіа 156
Кукса Дар'я
Циркулярна міграція як перспектива для української міграційної політики 157

ПЛАТФОРМА 4
ПОГЛИБЛЕННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ МОВЛЕННЄВОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ В ПАРАДИГМІ ПІДГОТОВКИ ЕКОНОМІСТІВ

Гужва Катерина
SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN UKRAINE: PROBLEMS AND PROSPECTS, 160
Соціальне підприємництво в Україні: проблеми та перспективи
Корольчук Ніколь
Liquid democracy as a prerequisite for innovative development of Ukraine 164
Брусенцева Катерина
Tendencies of the migration process in Ukraine 166
Гаврищук Катерина
Двосторонні торговельні відносини між Іспанією та Україною:Inditex, 169
LAS RELACIONES COMERCIALES BILATERALES ENTRE ESPAÑA Y UCRANIA: INDITEX
Гапоченко Марія
Іспанська стратегія циркулярної економіки та перспективи її впровадження в Україні, 171
La Estrategia Española de Economía Circular y perspectivas de implementación en Ucrania
Глуховська Юлія
Plurilinguisme comme un avantage concurrentiel pour les innovations dans le domaine du toursime 175
Казміренко Анастасія
Вплив екологічних трендів сталого розвитку на індустрію моди в Україні /L'influence des tendances écologiques du développement durable sur l'industrie de la mode en Ukraine 177

ПЛАТФОРМА 5
КРЕАТИВНІ ІДЕЇ ТА ІННОВАЦІЙНІ ПРОЕКТИ У МІЖНАРОДНІЙ ТОРГОВЕЛЬНО-МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Абросімова А.Д.
Екологізація логістичної діяльності: міжнародний досвід для України 180
Базилюк Р.С.
Особливості формування експортного потенціалу військово-промислового комплексу 183
Галицька Я.О.
Світові тенденції розвитку ринку робототехніки 185
Далічук Д.І.
Досвід залучення іноземних інвестицій у вітчизняні стартапи 188
Дружнов В.О.
Теоретичні основи обґрунтування стратегії розвитку міжнародної діяльності імпортера в сучасних умовах 189
Козленко М.О.
Інноваційна діяльність українських підприємств як запорука експортного потенціалу країни 191
Коновальченко А.В.
Розвиток міжнародної співпраці у оборонному секторі між Україною та Італійською республікою 193
Культішова Д.В.
Розвиток електронної комерції в Україні 195
Лаговська Д.О.
Корпоративна соціальна відповідальність вітчизняних компаній 197
Олійник О.О.
Розвиток сонячної енергетики та особливості галузі в Україні 199
Півторак Д.К.
Експортний потенціал військово-промислового комплексу Великої Британії 201
Шелест О.М.
Тенденції розвитку маркетингових комунікацій на міжнародному ринку косметичних засобів 203

ПЛАТФОРМА 6
КРЕАТИВІЗАЦІЯ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Вєлікова Олена
Трансформація видової структури ризиків міжнародного бізнесу на сучасному етапі розвитку 206

Єршова Софія
Креативізація управління та діяльності ТНК на прикладі корпорації VOLKSWAGEN GROUP 208

Карпенко Олександра
Відповідальні інновації як фактор соціальної відповідальності бізнесу 210

Ловіна Юлія
Корпорація TOYOTA та її інноваційна система "POKA-YOKE": сутність та особливості практичної імплементації 212

Ніжинська Віталіна
Феномен корпорації ІКЕА в умовах становлення креативної економіки 214

Олійник Сергій
Роль неурядових організацій, кластерів та інноваційних парків в становленні креативного класу в Україні 216

Клименко Вікторія
Глобальна деофшоризація та її вплив на міжнародну економічну діяльність 218

Петрусь Інга
M&A в банківському секторі України 220

Грачова Наталія
Основні тенденції зовнішньоекономічної політики України 222

Ігнат'єва Валерія
Вплив ТНК на економіку України (на прикладі NESTLE) 225

Шугалій Анастасія
Тенденції розвитку світового ринку високотехнологічних продуктів на прикладі аерокосмічної галузі 227

Ляшенко Ірина
Креативізація ринку логістичних послуг в Україні 229

Півторак Наталія
Розвиток бренд-менеджменту міжнародної компанії «Toyota» 231

ПЛАТФОРМА 7
ІННОВАЦІЙНИЙ РЕСУРС ГЛОБАЛЬНОГО КОНКУРЕНТНОГО ЛІДЕРСТВА

Головченко Юлія
Венчурний капітал в системі фінансування інноваційного розвитку Близького Сходу 234

Андрійченко Марина
Сєліна Людмила
Корпоративні стратегії на світовому фармацевтичному ринку 236

Науменко Роман
Структурні зміни на світовому ринку праці: наслідки для України 239

Ткачук Роман
Корпоративні стратегії включення в глобальні ланцюги вартості 241

Махник Яна
Абдулаєва Евеліна
Аналіз світового досвіду оцінки рівня тіньової економіки 243

Соколова Юлія
Енергетична диверсифікація України 246

ФАКУЛЬТЕТ ОБЛІКУ ТА ПОДАТКОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

ПЛАТФОРМА 1
АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ТА БЕЗПЕКО-ОРІЄНТОВНИХ МОДЕЛЕЙ КОНТРОЛЮ

Дядечко А.М.
Земля як власність: історичні передумови та реалії сучасності 249

Ilienkov D.A.
Non-financial reporting as a tool for implementation of the business' social responsibility concept 251

Романюк М.Д.
JIT — виробництво: реалії впровадження в Україні 252
Тарасюк Д.І.
Системи «стандарт-костинг» і «директ-костинг»: виникнення і розвиток 253

ПЛАТФОРМА 2

ПОДАТКОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ У СИСТЕМІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

Ракарчук А.Д.
Вплив витрат підприємства на податкове навантаження податком на прибуток 255

ПЛАТФОРМА 3

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК АУДИТУ: ГОЛОВНІ ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПРОФЕСІЇ

Денисенко Анастасія
Дрони: особливості їх використання в професії бухгалтера та аудитора 257
Дубовик Марія
Цифрові технології та їх вплив на управлінську діяльність 259
Піщікова Катерина
Крашеніннікова Олександра
Сучасні проблеми автоматизованих інформаційних технологій в аудиторській діяльності 261
Савченко Юлія
Новітні технології у створенні інноваційних систем для обліку, аналізу та аудиту 263

ПЛАТФОРМА 4

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В ЕКОНОМІЧНОМУ АНАЛІЗІ

Норенко Євгенія
Застосування CVP-аналізу при прийнятті рішень про масштаби діяльності 266
Післегіна Тетяна
Застосування моделі CAPM при прийнятті рішень про фінансові інвестиції 268

ПЛАТФОРМА 5

ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ І ТЕХНОЛОГІЙ В ОБЛІКУ, АНАЛІЗІ, АУДИТІ ТА ОПОДАТКУВАННІ: ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХІД

Григораш Аліса
Особливості методики аудиту реалізації товарів на підприємствах оптової торгівлі 271
Кирій Дарина
Система BPM: перспективи використання вітчизняним і світовим бізнесом 273

ПЛАТФОРМА 6

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ БАНКІВСЬКОГО І ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРІВ ЕКОНОМІКИ

Осика Ольга
Особливості обліку операцій рефінансування як інструментів управління ліквідністю банків 276
Мощенська Євгенія
Бюджетне планування — інструмент стратегічного управління державними і місцевими фінансами 278
Гладир Ілона
Особливості управлінського обліку доходів і витрат в бюджетних установах 280

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ, СОЦІОЛОГІЇ ТА ПСИХОЛОГІЇ

ПЛАТФОРМА 3

ФІЛОСОФСЬКІ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА НОВАЦІЇ

Дядя Дарина
Роль гедонізму в житті сучасної молоді 283
Кулагіна Ірина
Філософська основа економічних теорій: історичний вимір 285
Алієва Гюнел
Утопічний соціалізм як філософсько-економічна теорія 287
Єрешко Катерина
Етичні орієнтири науки: сучасні тенденції 289
Висоцька Марія
Релігійно-філософські системи в Японії 291

ПЛАТФОРМА 4

СОЦІАЛЬНІ ВИМІРИ СУСПІЛЬСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ: ІННОВАЦІЙНІ ДОСЛІДЖЕННЯ МОЛОДИХ ВЧЕНИХ

Плачковська Олена
PROSPECTS OF FOREIGN STUDIES AND SUCCESSFUL EMPLOYMENT OF UKRAINIAN YOUTH 293

Бурбела Вероніка
Місце відеоігр в житті сучасної молоді 294

Співаченко Іванна
Ціннісні пріоритети сучасної української молоді 296

Метіль Руслан
Денисюк Андрій
Катастрофізм чи економічне зростання? 297

ФАКУЛЬТЕТ ФІНАНСІВ

ПЛАТФОРМА 1

ІННОВАЦІЇ У КОРПОРАТИВНИХ ФІНАНСАХ

Берднік В.О.
Самчук А.А.
Краудфандинг як інноваційний інструмент фінансування бізнесу в Україні 300

Олійник А.А.
Мотивація інноваційної діяльності на підприємстві 301

Певнєва К.С.
Корпоративна соціальна відповідальність у забезпеченні конкурентних переваг підприємства 303

Чергинець Я.М.
МВФ і його альтернативи в рамках стабілізації економіки України та її корпоративного сектору 306

ПЛАТФОРМА 2

СУЧАСНИЙ БАНКІНГ: ІННОВАЦІЇ, КРЕАТИВНІ ІДЕЇ, ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ

Ниник Анастасія
Світові тренди банківських інновацій 309

Капітан Лілія
Сучасний стан та перспективи розвитку споживчого кредиту 310

Самчук Анна
Цифрова трансформація вітчизняного банківського середовища в умовах розвитку фінтех-екосистеми 313

Бондар Вікторія
Сучасні реалії карткового бізнесу банків 315

Неженець Софія
Онлайн банкінг, як альтернатива традиційному 317

ПЛАТФОРМА 3

ІННОВАЦІЇ В ФІНАНСОВІЙ СИСТЕМІ

Ібрагімов Еміль
Розвиток необанкінгу в умовах пандемії 320

Ібрагімов Кемал
Розвиток P2P-кредитування в умовах недовіри населення до банків в Україні 321

Марченко Д.В.
Цифровізація економіки України та її оподаткування 322

Поливана Юлія
Оподаткування цифрових послуг: думки на сьогодні та завтра 325

ІНСТИТУТ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ЕКОНОМІЦІ

ПЛАТФОРМА 1

КІЛЬКІСНІ МЕТОДИ В ЕКОНОМІЦІ

Вознюк Мар'яна
Прогнозування бізнес-процесів діяльності інтернет-магазину 327

Ясинський Артем
Пасічник Сергій 329
Загрози економічній безпеці регіонів України
Мокринчук Вікторія
Білоус Анастасія 330
Економічні наслідки COVID-19. Можливі сценарії та перспективи розвитку
Солопенко Олена 332
Моделювання кредитного скорингу з використанням мови R
Вітковська Ірина 334
Аналіз фінансової стійкості вітчизняних страхових компаній
Кахелі Ксенія 337
Застосування когортного аналізу для оцінювання ефективності Інтернет-реклами
Васьківська Наталія 339
Дослідження економічного розвитку регіонів України на підґрунті розширеної моделі Солоу

ПЛАТФОРМА 3

СИСТЕМНЕ ПРОГРАМУВАННЯ ТА КОМП' ЮТЕРНА ІНЖЕНЕРІЯ

Дворковий Ігор
Варварич Богдан 342
Сучасні технології в галузі створеня Frontend and Backend
Гаршина Анна
Кулаківська Наталія 343
Застосування динамічних моделей в інформаційних системах
Савінков Нікіта 344
Проблематика збільшення потужності процесорів для персональних комп'ютерів

ПЛАТФОРМА 4

АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У КІБЕРПРОСТОРІ

Петренко Анастасія 346
Алгоритми досягнення консенсусу в сфері криптовалют
Болдирєв Феодосій 348
Реалізація моделі лінійного програмування засобами Python на прикладі формування портфеля цінних паперів
Чебан Олеся
Ципляк Олександр 350
Практичне застосування алгоритмів нечіткої логіки для покращення ефективності навчання
Пшенянік Єлизавета 352
Збір та аналіз вимог для оптимізації бізнес процесів підприємства
Чернявський Кирило 353
Особливості оптимізації бізнес-процесів підприємств в умовах кризи, спричиненої пандемією коронавіруса

ПЛАТФОРМА 5

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ШЛЯХ РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

Макаркіна Юлія 356
Як технології 3D-друку змінили світ
Шевчук Софія 357
Роль інформаційних технологій у розвитку бізнесу
Сахно Ольга 358
Сучасні технології та інструменти в маркетингу на прикладі CRM системи

ЮРИДИЧНИЙ ІНСТИТУТ

ПЛАТФОРМА 1

ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ТА ЗАРУБІЖНОЇ КОНСТИТУЦІОНАЛІСТИКИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Білостоцька Стефанія 360
Доктрина конституційного патріотизму в контексті європейської і міждержавної інтеграції
Болтян Ілля 362
Інститут відкликання народного депутата в конституційному праві України

Гаєвський Володимир
Державне регулювання діяльності ТНК в контексті захисту економічної конкуренції 364
Гедз Владислава
Державний суверенітет як передумова існування держави 366
Каліновська Маргарита
Компетенція органів місцевого самоврядування в умовах децентралізації 368
Левицький Максим
Місцеве самоврядування в умовах децентралізації влади в Україні 370

ПЛАТФОРМА 2

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ПРАВА ЯК ПЕРЕДУМОВА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Жабчик Д. Ю.
Відкриття ринку землі як інновація вітчизняного законодавства: історична та порівняльна інтерпретація базових понять 372
Мазоха М. П.
Cybercrime of the future today: Ransomware Attacks 374
Полюхович Х. І.
Особливості правової системи України 375
Чубко А. В.
Окремі аспекти поглядів та учень китайських філософів про право та державу 378
Ярошенко М. В.
Ознаки правової, соціальної держави та їх закріплення в законодавстві європейських держав 379

ПЛАТФОРМА 3

ІННОВАЦІЇ У ПРАВОВОМУ РЕГУЛЮВАННІ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ ТА КОРПОРАТИВНИХ ВІДНОСИН

Лисов Єгор
Виключення учасника з товариства з обмеженою відповідальністю через його недобросовісність: обмежені можливості 382
Клименко Оксана
Організація корпоративного управління в банках та захист прав споживачів у сфері надання фінансово-кредитних послуг 384
Зражевська Вікторія
Виконання грошових зобов'язань у сфері господарських правовідносин 386
Фролова Іванна
Електронні земельні торги 388

ПЛАТФОРМА 5

ІННОВАЦІЙНА УКРАЇНА: ПОДОЛАННЯ ЗАГРОЗ

Баслик Вікторія
Кримінальна відповідальність та виклики сьогодення — аналіз змін ККУ щодо запобігання розповсюдження вірусу COVID-19 390
Гулєвіч Олена
Звільнення від кримінальної відповідальності і корупційні злочини: законодавчі обмеження 392
Конош Юлія
Кримінальна відповідальність за корупційні злочини в Україні: теорія та практика 394
Сопінський Юрій
Вплив коронавірусної інфекції COVID-19 на домашнє насильство 396

ПЛАТФОРМА 6

ІННОВАЦІЙНА УКРАЇНА: ПРИВАТНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ

Луценко Ірина
Охорона прав на об'єкти промислової власності: проблемні аспекти 399
Власенко Валентин
Криптовалюта як об'єкт цивільного права 401
Пасічник Надія
Опіка та піклування в Україні: проблемні аспекти 403
Ткач Олександр
Правова природа комп'ютерного коду 405
Ярещенко Ксенія
Особливості досудового вирішення доменних спорів за участю вітчизняних суб'єктів 408

ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ

ПЛАТФОРМА 1
АНТИКРИЗОВІ СТРАТЕГІЇ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНОЮ ЕКОНОМІКОЮ

Пінтелей І.В.
«Публічне управління та адміністрування», 5 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри національної економіки та публічного управління Куценко Т.Ф.

ВИМОГИ МВФ АБО ЯК ВТРАТИТИ СУВЕРЕНІТЕТ

Закономірні глобалізаційні процеси здійснюють неабиякий вплив на економіку будь-якої держави. Україна не є винятком. Унаслідок неефективного державного управління країна за роки незалежності поступово здійснює перехід від індустріально-аграрної до аграрно-індустріальної економіки. Фінансово-економічна криза, дефіцит бюджету, який передається з року в рік, викликаний недонадходженням доходів і перевищенням видатків бюджету, дефіцит платіжного балансу, масове безробіття і, як наслідок, вимушена трудова міграція населення країни, падіння рівня життя населення — усе це призводить до пошуків зовнішніх джерел фінансування потреб держави задля забезпечення необхідної кількості фінансових ресурсів. Такими інституціями є міжнародні організації, значення яких у регулюванні економічних відносин зростає з кожним роком.

На даний час основним кредитором України є Міжнародний валютний фонд, взаємодія з яким затверджена в ряді постанов КМУ та законодавчих актів, Стратегії співробітництва з МВФ [1]. Проте співробітництво з ним є доволі неоднозначним, однак украй актуальним. Враховуючи нестабільну економічну ситуацію, яка супроводжує нас протягом усього періоду незалежності, питання співпраці з МВФ знаходить як схвалення, так і критику серед багатьох науковців, які вважають її однією із головних причин економічної нестабільності [2] та призводить до залежності від кредиторів. Виникає ряд питань, а чи потрібні нам ці відносини та до чого вони призводять, що втрачає Україна, отримуючи нові позики? Тому дана тема заслуговує на увагу і є нагальною, особливо в даний час. Основною метою даної роботи є визначення загроз співробітництва України з МВФ та аналіз наслідків, які ми можемо відчувати безпосередньо зараз.

До основних методів дослідження, які використано в даній роботі, можна віднести методи логічного, аналізу та синтезу, методи порівняння та інші. Використовуючи конкретний досвід країн, які зуміли вирватися із замкненого кола кредитів МВФ, можна сформувати рекомендації для України.

Серед іноземних науковців проблема відносин з міжнародними фінансовими організаціями зайняла вагоме місце у вчених Л. Бальцеровича, Т. Едісона, Т. Кілліка, А. Зіденберга та інших. Українські науковці не залишаються осторонь даної тематики, зокрема можна виділити праці Єременко О., Салтинського В., Шатковського А., Базилевича В., Білоруса О. та інших. Однак, не зважаючи на всі дослідження та напрацювання, питання співробітництва досі має суперечливий і дискусійний характер. Саме в цьому спробуємо розібратися.

Наприкінці 2019 року відповідно до представленої офіційної інформації офісу Президента України[3] між Україною та МВФ було досягнено нової домовленості (Staff Level Agreement) щодо нової програми співпраці терміном на 3 роки з фінансовою допомогою на суму 5,5 млрд дол. США (еквівалент 4 млрд СПЗ). Діючий прем'єр-міністр Д. Шмигаль після засідання КМУ заявив, що залишилося виконати дві з восьми вимог [4], одна із яких безпосередньо стосується ринку землі, а саме зняття мораторію на продаж земельних ресурсів.

На нашу думку, це є неприпустимим кроком у сучасних українських реаліях. Через нерозвиненість ринку землі та малоефективний контроль за операціями на ньому, попри заборону продажу українських земель іноземцям, ніхто не може гарантувати, що земля через підставних юридичних осіб, власником яких може бути іноземний бенефіціар, не перейде до їхньої власності. Крім того, за попередніми прогнозними оцінками ціна за гектар землі в Україні становитиме 1 000 дол. США, в той час, як у сусідній Польщі ця сума становить 10 300 дол. США, Німеччині 32 300 дол. США [5]. Це призведе до втрати головного національного багатства. Україна, погоджуючись на ці вимоги задля отримання чергового кредиту, який не

лише не сприяє економічному розвитку, а йде на покриття раніше взятих боргів і втягує країну в порочне коло бідності, фактично втрачає суверенітет. Згідно статті 1 Конституції України «Україна є суверенною і незалежною, демократичною, соціальною і правовою державою» [6]. МВФ диктує незалежній державі, що їй необхідно зробити, для того, щоб одержати черговий транш. Таким чином відбувається пряме порушення головного закону країни, тобто Україна може втратити свій суверенітет. Даючи фінансову допомогу, ніби то на покращення становища держави, та підвищення добробуту її жителів, фактично МВФ переслідує власну вигоду і має на меті зробити держави своїм сировинним придатком для того, щоб максимально використовувати їх у своїх цілях.

Відомий економіст, автор книги «Як багаті країни стали багатими… і чому бідні країни залишаються бідними» стверджував, що очікування грошей із-за кордону є абсолютно неправильною стратегією [7]. Ще жодній країні допомога МВФ не дозволила вийти з кризи, варто згадати ту ж таки Грецію. Потрібно чітко розуміти і адекватно оцінювати ситуацію, що кредити цієї організації — це зовсім не допомога, тому що як можна розцінювати отримання коштів під такий відсоток і ще й за умови виконання рекомендацій, які носять обов'язковий характер, та за невиконання яких держава не отримує чергового траншу. Можливо вже нарешті варто відмовитися від отримання кредитів, поступово припинивши співпрацю, яка затягує країну в боргове ярмо. Реструктуризація наявного боргу та чіткий розподіл виплат на кілька десятиліть це той шлях, який ми вважаємо сприятиме збереженню суверенітету держави через припинення відносин з МВФ.

У світовій практиці є приклади успішного досвіду країн, які зуміли припинити співпрацю з Міжнародним валютним фондом, що не тільки не призвело до негативних наслідків, але й навпаки сприяло зростанню темпів економічного розвитку. Яскравим прикладом цього факту є Польща, економіка якої під час фінансування з боку МВФ у період 1990–1994-х років демонструвала приріст у 2,6 %. Після повернення боргів (а саме в 1995 році) протягом десятиліття середній річний приріст ВВП уже складав 4,5 %, що свідчить про ефективність дій влади та є доказовим фактом на користь тези, що кредити МВФ стримують розвиток держави та не дозволяють подолати реальні проблеми. Іншою країною необхідно згадати Туреччину, яка після 52-х років співпраці з даною фінансовою інституцією, в 2013-ому році зуміла позбавитися боргової залежності шляхом погашення своїх боргів перед МВФ. Країна успішно розвивається і є потужним гравцем на міжнародній арені, тобто і в даному випадку припинення відносин справило позитивне враження на економічний стан держави [8].

Підсумовуючи сказане, наголошуємо на необхідності припинення співпраці з МВФ, оскільки надана ним «допомога» створює для країни боргову залежність і позбавляє суверенітету через диктування вимог. Кредити фонду необхідно розглядати як засіб одержання «додаткового часу» на втілення необхідних реформ, про те в жодному разі не сподіватися, що вони стануть порятунком країни.

Через обраний вектор розвитку та той факт, що Україна є одним із найбільших боржників МВФ[9] швидке припинення відносин є нереалістичним і малоймовірним. Однак необхідно зосередитися на розвитку економіки, а не сподіватися на зовнішні кредити. Досвід згаданих держав стане нам у нагоді. Лише так можна зберегти незалежність і суверенітет держави.

Література:

1. Закон України «Про вступ України до Міжнародного валютного фонду, Міжнародного банку реконструкції та розвитку, Міжнародної фінансової корпорації, Міжнародної асоціації розвитку та Багатостороннього агентства по гарантіях інвестицій // Відомості Верховної Ради України. — 1992. — № 33. — С. 474.
2. Манаєнко І.М., Прудкий В.В. Співпраця України з Міжнародним валютним фондом. Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського». [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://spu.fmm.kpi.ua/article/download/106885/103611
3. Офіс Президента України. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.president.gov.ua/news/ukrayina-ta-mvf-dosyagli-domovlenosti-shodo-novoyi-programi-58781
4. Міністерство фінансів України. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://minfin.com.ua/ua/2020/03/12/41788319/
5. «Рубрика» онлайн-видання про політику, суспільство, людину. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://rubryka.com/article/vidkryttya-rynku-zemli/
6. Конституція України. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, № 30, ст. 141. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254 %D0 %BA/96- %D0 %B2 %D1 %80

7. Ерік Райнерт. Україна сьогодні — це Перу 1979-го року. Газета «День». [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://day.kyiv.ua/uk/article/ekonomika/ukrayina-sogodni-ce-peru-1979-go
8. Віктор Галасюк. Життя в борг коротке або чому Україні не можна занадто покладатися на МВФ. Газета «День». [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://day.kyiv.ua/uk/article/ekonomika/zhyttya-v-borg-korotke
9. Ковальчук Н. І. Історичні та сучасні аспекти співпраці України з міжнародним валютним фондом / Н. І. Ковальчук, В. М. Ковальчук // Збірник наукових праць Університету державної фіскальної служби України. — 2019. — № 1. — С. 125–144. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpnudps_2019_1_11

Білявський О. О.
«Економіка підприємства», 3 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — д.е.н., професор кафедри національної економіки та публічного управління Ємельяненко Л. М.

СТРАТЕГІЧНА ПЛАТФОРМА ПУБЛІЧНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ

Вступ. Одним із глобальних викликів людства XXI століття стала пандемія коронавірусу (COVID-19). Країна за країною страшна хвороба поглинала нові горизонти, забирала життя і руйнувала злагоджені процеси державного управління. На момент написання цієї статті кількість хворих становить 3,59 млн осіб, а кількість померлих близько 250 тисяч. Але ніхто не дає гарантії, що завтра цей показник не погіршиться. Поруч з цим пандемія коронавірусу стала не лише медичною, а й економічною проблемою. Хвороба принесла в світову економіку хаос і невизначеність. Саме тому актуальним стає питання виходу країн з кризи, яка насувається.

Метою нашого дослідження є аналіз економічного середовища різних країн світу та порівняння антикризових заходів, які приймаються на різних рівнях управління, через призму публічно-приватного партнерства в умовах пандемії COVID-19. У процесі дослідження використовувалися методи: логіко-аналітичний, аналіз і синтез вторинної інформації, порівняльний і метод дедукції.

Огляд фахової літератури. У процесі дослідження проаналізовано різноманітні періодичні видання й інформаційні статті провідних українських інформаційних порталів: Укрінформ [1], Уніан [2], Ліга.Новини, а також статті найбільшої у світі новинної організації BBC News. Крім того, проаналізовано статистичні дані провідних страхових і фінансових компаній FM Global [3], Bloomberg та S&P Global, разом з даними Міжнародної організації праці та Всесвітньої організації охорони здоров'я.

Результати дослідження. Коронавірус спочатку паралізував виробництво у Китаї, потім зупинив сотні підприємств в Європі та Азії, за ними в кризу втрапили США. За прогнозами рейтингового агентства S&P Global такий серйозний і раптовий збій у світовій економіці спровокує глобальну рецесію у 2020 році, а річне зростання світового ВВП не перевищить 1–1,5 %. А за оцінками експертів однієї з провідних компаній-постачальників фінансової інформації Bloomberg в результаті нової пандемії світова економіка може втратити близько 2,7 трлн доларів. Уповільнення в світовій економіці трапиться вперше з 2009 року. І багато фінансових аналітиків стверджують, що найм'якішим сценарієм може бути повторення світової кризи 2009 року. За прогнозами Міжнародної організації праці, через COVID-19 близько 25 млн осіб можуть залишитися без роботи. Усе це змушує правління різних світових держав приймати швидкі рішення для підтримки економічного стану їхніх країн [2].

Щоб детальніше розібратися в антикризових заходах, які зараз приймаються в провідних державах світу, проаналізуємо кілька країн і порівняємо їх з Україною, щоб визначити перспективи виходу з кризи і без цього ослабленої економіки нашої держави.

Першим, чия економіка зустрілася з кризою через коронавірус, став Китай — глобальний промисловий гігант і друга економіка світу. Уряд цієї держави відразу прийняв рішення виділити на боротьбу з пандемією понад 10 млрд доларів. А коли в країні зупинилися заводи, уряд запустив масштабну програму підтримки виробників за рахунок податкових послаблень

і кредитування на пільгових умовах. Тим часом Народний банк Китаю влив у банки країни близько 79 млрд доларів і скоротив банкам норму обов'язкових резервів, щоб підтримувати національну економіку [2].

Міністерство фінансів Великобританії у зв'язку з пандемією витратило 30 млрд фунтів стерлінгів (38,8 млрд доларів) на заходи зі стимулювання економіки. Разом з цим уряд підготував для бізнесу зниження податків і вигідні умови кредитування. Також 5 млрд фунтів стерлінгів мають виділити для Національної служби охорони здоров'я. Цікавим є те, що частину цих коштів отримають громадяни, яким через підозри на наявність захворювання довелося самоізолюватися, а решту отримає бізнес з менш ніж 250 зайнятими працівниками. Для порівняння, в цей же час кількість безробітних в Україні зросла на 1 мільйон і нині становить 2,5 млн осіб. Таким чином рівень безробіття в Україні становить приблизно 15 % — це найвищий показник за останні 15 років.

У Швейцарії уряд країни виділив 10 млрд доларів на заходи щодо стримування кризи, а співробітники матимуть змогу працювати за скороченим графіком і при цьому отримуватимуть 80 % від заробітної плати за рахунок бюджетів фондів страхування на випадок безробіття.

Данія, Швеція, Німеччина також долучилися до низки антикризових заходів, які ефективно підтримують стан економіки в країні на період світової пандемії COVID-19. Але усі вищеперераховані країни мали стабільну сильну економіку і ефективні інструменти для боротьби з кризою. А які ж перспективи для України для виходу з економічної кризи, що насувається.

Так, за «Індексом економічної безпеки-2019», складеному страховою компанією FM Global, що включає 130 держав за життєстійкістю їхнього ділового клімату і здатністю до відновлення, такі країни як Норвегія, Данія, Швейцарія, Німеччина займають перші позиції. Україна знаходиться аж на 80-ій сходинці [3].

На нашу думку, в сучасних умовах пандемії і загострення фінансово-економічної кризи у вирішенні стратегічних завдань соціально-економічного розвитку держави все більшого статусу рівноправного партнера набуває саме підприємницький сектор. Усі запроваджені антикризові заходи в багатьох країнах світу передбачають розширення співробітництва між державою, підприємницьким сектором і громадянським суспільством, що можливо лише на основі формування партнерських відносин у якості публічно-приватного партнерства (ППП), яке стає дієвим механізмом розвитку економіки та надання суспільних послуг.

ППП — це така система відносин між державними та приватними партнерами, при реалізації яких ресурси обох партнерів об'єднуються з відповідним розподілом ризиків для взаємовигідної співпраці у створенні нових або модернізації існуючих об'єктів, які потребують залучення інвестицій. При цьому держава відіграє найважливішу роль у створенні умов для успішної реалізації програми публічно-приватного партнерства: при вдосконаленні законодавства, створенні спеціальних інституцій на підтримку ППП і розробці механізмів фінансової підтримки. Слід зазначити, що для того щоб приватний сектор був зацікавлений інвестувати в інноваційні проекти, необхідно на законодавчому рівні забезпечити сприятливі умови ведення бізнесу [4].

Не секрет, що пандемія коронавірусу стала справжнім викликом для України. І публічно-приватне партнерство має стати одним із основних стратегічних напрямків розвитку та модернізації об'єктів різних галузей для боротьби з кризою та виходу з неї. Варто зазначити, що уряд України вже прийняв певні заходи для поступового виходу України з економічної кризи, спричиненої COVID-19.

Так 24 березня прем'єр-міністр України провів зустріч із представниками аналітичних центрів, українського бізнесу та Офісу президента, де домовилися створити «стратегічну платформу», яка буде рекомендувати уряду план дій в умовах пандемії коронавірусу та економічної кризи [1]. Така платформа мусить стати так званим «мозковим центром» для розробки спільних рішень щодо реагування на надзвичайні виклики, впорядковування антикризових дій і паралельно, що є не менш важливим, розробки довгострокової стратегії розвитку України в умовах глобальної економічної нестабільності.

Слід зазначити, що до цієї платформи вже долучилися Інститут економіки та прогнозування НАН України, громадянська платформа «Нова країна», Центр Разумкова, Український інститут майбутнього, ДП «Укрпромзовнішекспертиза» та інші організації [1]. Це є чи не найяскравішим прикладом публічно-приватного партнерства у дії, адже «стратегічна платформа» залучатиме представників держави, аналітичних центрів, громадські організації, незалежних експертів, а також власників бізнесу до спільної роботи.

Так як малий і середній бізнес в Україні приносить 55 % валового внутрішнього продукту в економіку країни, зокрема лише малий бізнес 16 %, ці сфери потребують особливої уваги від держави в умовах пандемії. Адже ці бізнеси відчувають на собі найбільший негативний вплив від економічної кризи. І як було зазначено раніше в багатьох країнах світу уряд вже впровадив низку заходів на їх підтримку. Щодо України, то уряд лише нещодавно розширив можливості рефінансування діючих кредитів бізнесу, але за умови збереження робочих місць і зарплат найманим працівникам, так як проблема безробіття набула нового значення за час карантину. Програма «Доступні кредити 5-7-9 %» була розпочата ще в лютому 2020 року з метою стимулювання розвитку підприємництва в Україні шляхом здешевлення інвестицій, за якою мікро- та малий бізнес можуть отримати до 3 млн грн позики під 5, 7 або 9 % ставку для різноманітних цілей розвитку своєї справи [1].

Висновки та пропозиції. Таким чином, пандемія коронавірусу COVID-19 не лише показала наскільки готовими виявилися ті чи ті економіки різних країн, а й створила підґрунтя для впровадження нових платформ для боротьби зі світовими викликами. Для України є важливим переймання досвіду виходу з кризи Європейських країн, але слід зазначити, що економіка нашої держави значно слабша та нестабільніша в порівнянні з європейськими країнами. Тому створення «стратегічної платформи» на засадах публічно-приватного партнерства, адаптованої до економічного становища саме в Україні, в перспективі може стати ефективним антикризовим заходом і стратегічним інструментом розвитку економіки держави в довгостроковій перспективі.

Література:

1. Політики та бізнес створять платформу впорядкування антикризових дій. Укрінформ. 2020. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-polytics/2904094-politiki-ta-biznes-stvorat-strategicnu-platformu-vporadkuvanna-antikrizovih-dij-smigal.html (дата звернення 07.05.2020).
2. Економіка коронавірусу: як країни світу рятуються від кризи в умовах пандемії. Уніан. 2020. URL: https://www.unian.ua/economics/finance/10919507-ekonomika-koronavirusu-yak-krajini-svitu-ryatuyutsya-vid-krizi-v-umovah-pandemiji.html (дата звернення 07.05.2020).
3. 2019 FM GLOBAL RESILIENCE INDEX. FM Global. 2019. URL: https://www.fmglobal.com/research-and-resources/tools-and-resources/resilienceindex (дата звернення 07.05.2020).
4. Драчук Ю.З., Трушкіна Н.В. Реалізація механізму публічно-приватного партнерства в сфері інноваційного розвитку промисловості: світова практика. Научный вестник ДГМА. 2017. URL: http://www.dgma.donetsk.ua/science_public/science_vesnik/%E2%84%961(22%D0%95)_2017/article/23.pdf (дата звернення 07.05.2020).

Бондар Ю. С.
«Національна економіка», 3 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — д.е.н., професор кафедри національної економіки та публічного управління Малий І. Й.

ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ РЕСУРСІВ В УМОВАХ ЗАГОСТРЕННЯ СВІТОВОЇ ПРОДОВОЛЬЧОЇ КРИЗИ

Проблема продовольчої кризи, голод і недоїдання значної частини населення нашої планети супроводжується протягом усього існування людства. Сьогодні в ООН підкреслюють, що населенню загрожує продовольча криза, так як деякі країни частин світу Африки, Азії, Америки мають гостру нестачу продуктів харчування, варто приймати швидкі заходи щодо їх захисту шляхом поставок продовольства по всьому світу, що згодом призведе до пом'якшення наслідків пандемії для всієї продовольчої системи. Адже закриття кордонів, карантин і порушення звичного ритму торгівлі можуть обмежити доступ людей до різноманітних і поживних джерел продовольства. Особливо в країнах, які сильно постраждали від вірусу, або які вже зачепив високий рівень відсутності продовольчої безпеки.

Тому, метою даної роботи є дослідження стратегії використання земельних ресурсів України задля подолання економічних і соціальних проблем в умовах світової продовольчої кризи.

Завдяки використанню історичного методу у поєднанні з логічним виявлено, що вже у 2050 році у світі може настати продовольча криза, яка може охопити не лише «гарячі» точки, а й міста, мегаполіси країн. Методи синтезу та аналізу дають змогу впевнитись, що у світі назріває продовольчий переворот, і якщо вчасно не прийняти та відтворити відповідні стратегічні рішення, то може постраждати увесь світ. Метод дедукції дозволяє зробити узагальнений висновок, що Україна має ключові переваги у подоланні світової продовольчої кризи.

Проблема продовольчої кризи, причин голоду та недоїдання значної частини населення світу є об'єктом аналізу у статті економіста Полунєєва Ю.В.[1]. У дослідницькій роботі Солов'яненко Н.М.[2] підкреслила шляхи подолання наслідків кризових явищ на ринку продуктів харчування. У статті економіста Дудара В.Т.[3] досліджено методи задля забезпечення економічної та продовольчої безпеки України.

Світова продовольча криза характеризується відсутністю коштів для придбання необхідної для забезпечення нормальної працездатності кількості продовольства та можливостей придбати продовольство для забезпечення мінімальної життєвої активності. Наслідком таких дій є те, що кожна третя людина до п'ятирічного віку не може набрати нормальної ваги, люди потерпають від різних хвороб через споживання їжі, що не містить життєво важливих вітамінів.[4]

Україна має головні глобальні конкурентні переваги перед іншими країнами у подоланні продовольчої кризи — це сільське господарство, земельні ресурси та кліматичні умови. Наша держава володіє близько третиною світових та 70 % наявних у Європі запасів чорнозему та надзвичайно сприятливими можливостями для забезпечення рослин продуктивною вологою. Висококваліфіковані кадри, що мають високий практичний досвід, також відіграють важливу роль у вирішення продовольчих проблем. Україна займає четверте місце в світі за обсягом сільськогосподарських угідь з розрахунку на одного жителя, а за обсягом ріллі на одного жителя — друге місце[5]. Для того, аби продукція в Україні була якісною, собівартість інвестицій у 1 га ріллі слід вкладати близько 1000 дол, а у країнах Євросоюзу — від 4000 дол. Розвинена портова інфраструктура дає можливості експортувати кожного року до 30 млн т. У результаті, Україна має змогу не лише задовільнити продовольчі потреби свого населення, а й допомогти іншим країнам світу не опинитись у продовольчій кризі.

За умови раціонального використання земельних ресурсів землі сільськогосподарського призначення набувають особливої корисності. Відповідно, ціна на якісні продукти буде зростати і, як наслідок, ціна на землю також. Більшість української продукції є екологічно чистою, що зараз особливо цінується. За даними ISAAA, Україна посідає 76 місце за використанням ГМО; обробляється лише 10 % пахотних земель, що дає змогу в подальшому збільшити обсяги посівних площ. Існуючий рівень споживання порівняно з науково рекомендованими нормами свідчить про можливість України експортувати частину виробленої сільськогосподарської продукції. Україна повинна максимально використати сьогоднішню кон'юнктуру світового ринку, а це можливо за умови: впровадження торгівельної політики, яка б враховувала національні інтереси; залучення інвестицій, впровадження ефективних технологій, стимулювання виробництва екологічно чистої продукції; в контексті членства України в СОТ необхідно визначити перелік сільськогосподарського товарів, на які доцільно підвищити ввізне мито; регулювання правових аспектів питання; створення зернової біржі; формування великотоварного виробництва; введення прогресивного податку на землю з твердою шкалою; введення значних податкових пільг для фірм, що займаються будівництвом і експлуатацією інфраструктури; подолання цінового диспаритету[6].

---

[1] Полунєєв Ю.В. Світова продовольча криза: глобальний голод чи конкурентна перевага для України?! // Економіка АПК, 2011. № 16. С. 2–5.

[2] Солов'яненко Н.М. Використання земельних ресурсів України на сучасному етапі розвитку продуктивних сил // Землевпорядний вісник, 2015. № 7. С. 41–44.

[3] Дудар В.Т. Продовольча безпека України та складові її забезпечення у контексті економічної безпеки держави // Вісник ТНЕУ. 2016. № 2. Ст. 23.

[4] Полунєєв Ю.В. Світова продовольча криза: глобальний голод чи конкурентна перевага для України?! // Економіка АПК, 2011. № 16. С. 2–5.

[5] Солов'яненко Н.М. Використання земельних ресурсів України на сучасному етапі розвитку продуктивних сил // Землевпорядний вісник, 2015. № 7. С. 41–44.

[6] Дудар В.Т. Продовольча безпека України та складові її забезпечення у контексті економічної безпеки держави // Вісник ТНЕУ. 2016. № 2. Ст. 23.

Враховуючи усі переваги, в Україні повинна бути створена стратегія використання земельних ресурсів України задля подолання економічних і соціальних проблем в умовах світової продовольчої кризи. Адже подолати можливий дефіцит продовольчих товарів вдасться не усім, а лише агрохолдингам, підприємцям-власникам, жителям сіл, селищ, які мають земельні ділянки. Перші з яких можуть встановлювати високі цін на споживання своє продукції, так як попит буде зростати, а пропозиція навпаки — зменшуватись. Ще одним важливим напрямком вирішення проблеми є масова урбанізація, тому владі потрібно створити комфортні умови життя у «маленьких» населених пунктах, аби люди не шукали кращого життя у містах, а навпаки розвивали свою Батьківщину.

З метою реалізації унікальної конкурентної переваги України влада повинна ініціювати створення Міжнародної продовольчої доктрини України, як комплексу політичних, стратегічних, організаційних і практичних заходів, яка ставила би за мету:

- удосконалення системи законодавчого та податкового стимулювання аграрного бізнесу в Україні;
- створення земельного банку для дешевого кредитування фермерських господарств;
- забезпечення страхування врожаю від непередбачуваних погодних і кліматичних змін тощо.

Таким чином, здійснення реальних реформ впродовж наступних 10 років дасть можливість не лише залучити інвестиції та наростити втричі обсяги виробництва продовольства, але й створити найконкурентоспроможнішу галузь у світі, де практично без дотацій будуть досягнуті найбільші показники урожайності сільськогосподарських культур та якості продуктів їх переробки.

Отже, якщо не буде вжито стратегічних заходів щодо зміни парадигми глобальної продовольчої системи, до 2050 року людство чекає гостра продовольча криза. Країни, що мають родючі землі, повинні стати ключовими гравцями та лідерами у процесі подолання глобальної продовольчої кризи. До таких країн відноситься й Україна, адже має ключові переваги відносно усіх країн світу і їх варто використовувати. В майбутньому це вирішить не лише проблеми світової продовольчої кризи, а й сприятиме покращенню макроекономічних показників у державі: подолання безробіття, збільшення виробництва, іноземних інвестицій, розвиток НТП і т.д.

Література:

1. Дудар В.Т. Продовольча безпека України та складові її забезпечення у контексті економічної безпеки держави // Вісник ТНЕУ. 2016. № 2. Ст. 23.
2. Полунєєв Ю.В. Світова продовольча криза: глобальний голод чи конкурентна перевага для України?! // Економіка АПК, 2011. № 16. С. 2–5.
3. Солов'яненко Н.М. Використання земельних ресурсів України на сучасному етапі розвитку продуктивних сил // Землевпорядний вісник, 2015. № 7. С. 41–44.

Гошта С. О.
"Публічне управління та адміністрування", 2 курс
ДВНЗ "Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана"
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри національної економіки та публічного управління Сабадош Г. О.

ПРОБЛЕМИ ГЕНДЕРНОЇ ДИСПРОПОРЦІЇ В ЕКОНОМІЧНІЙ СФЕРІ

Вступ. Проблема зайнятості та працевлаштування як у розвинутих країнах ЄС, так і в Україні, наразі є однією з найактуальніших. Серед найгостріших проблем, які можна виділити у сфері зайнятості та праці, — скорочення зайнятості, створення нових робочих місць і безробіття. Можна сказати, що найбільше ці проблеми зачіпають саме жінок.

Метою даного дослідження є дослідити теперішню ситуацію, яка склалася в Україні стосовно зайнятості жінок і порівняти з зайнятістю чоловіків, також розробити рекомендації щодо того, як можна покращити дану ситуацію.

Актуальність даної проблеми в тому, що все цивілізоване суспільство почало вести активну боротьбу за права жінок, а міжнародна організація ООН внесла проблему досягнення гендерної рівності до "Цілей розвитку тисячоліття".

Гендерні відносини впливають не лише на розвиток суспільства, а й на розвиток економіки. Адже, на сучасному етапі жінки отримали майже рівні права з чоловіками та все одно показники зайнятості чоловіків і жінок різняться.

Методи дослідження: статистичні, аналізу та порівняння.

Огляд літератури. Зайнятими називають тих, хто протягом певного періоду (скажімо одного тижня) працювали хоча б годину та отримували за це матеріальну винагороду або ж мали роботу, але були на лікарняному, у відпустці тощо.

До безробітних відносять тих, у кого наразі немає роботи, однак вони перебували в активному пошуку роботи протягом останніх чотирьох тижнів і готові приступити до роботи впродовж наступних двох тижнів.

Зайнятість жінок відрізняється від зайнятості чоловіків, адже в жінок є додаткові обмеження. По-перше, це культурні й історичні норми та стереотипи, через які жінки змушені займатися неоплачуваною роботою у домогосподарстві більше за чоловіків, тому жінки працюють менше годин або не працюють взагалі. Крім того, жінки більшою мірою працюють у окремих секторах економіки (як-от сільське господарство або освіта) та не схильні працювати в інших (наприклад, військова служба). По-друге, жінкам біологічно притаманні функції дітонародження та грудного вигодовування, тому матері вимушені брати перерву від роботи принаймні на деякий час після пологів. Навіть коли діти дорослішають і не потребують материнського догляду, саме жінки традиційно продовжують доглядати за ними.

У країнах, де заходи державної політики стимулюють жінок працювати, більший відсоток жінок залучено до робочої сили. Приклади таких заходів державної політики:

— податкові пільги;

— створення можливостей для часткової (неповний робочий день) або дистанційної зайнятості;

— визначення оптимальних параметрів матеріальної допомоги на дитину;

— доступ до якісних послуг з догляду за дітьми;

— визначення оптимальних параметрів відпустки по догляду за дитиною до досягнення нею певного віку (так званої декретної відпустки в Україні).

Результати дослідження. Якщо розглядати Україну, то історично склалось, що для нас є характерним високий рівень зайнятості жінок у складі робочої сили, адже з часів СРСР централізована планова економіка потребувала численної робочої сили, і держава заохочувала участь жінок у праці, це все відбувалось за рахунок підтримки державою сім'ї, забезпечення системи пільг і послуг, такі як відпустки, створення державних дошкільних закладів тощо. Тому відповідно до державної політики жінки були на рівні з чоловіками в структурі зайнятості, та на сучасному етапі існують певні гендерні диспропорції. На сучасному ринку зайнятості жінок майже на 10 % менше ніж чоловіків. Причини цього загалом схожі на світові: брак належних можливостей догляду за дітьми, нестача гнучких умов праці, гендерний розрив в оплаті праці, законодавчі обмеження щодо праці жінок, особливо вагітних жінок і жінок з дітьми тощо.[1]

Як і в західних країнах, в Україні освіченіші жінки більше залучені до робочої сили. Українські жінки та чоловіки також схильні працювати у різних секторах економіки (жінки здебільшого працюють у бюджетній сфері та у сфері легкої промисловості, а чоловіки — у добувній промисловості, у сфері транспорту та зв'язку).

Статистика фіксує суттєвий розрив у зайнятості між чоловіками та жінками як у світі, так і в Україні. За даними Євростату, середня зайнятість чоловіків працездатного віку (15-64) у ЄС становить 79 % , а жінок 67 %[2], тоді як в Україні ці показники — 78 % і 68 % відповідно[3].

Україна прийняла на себе основні міжнародні зобов'язання щодо захисту прав жінок, ухваливши Цілі сталого розвитку ООН, ратифікувавши Конвенцію про ліквідацію всіх форм дискримінації щодо жінок (1980) і її Факультативний протокол, приєднавшись до Пекінської

[1]Купець В.Т. Продовоова продовольчідхід на ринку праці України та роль Державної служби зайнятості. Міжнародна організація праці. 2010: http://www.oit.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/---sro-budapest/documents/publication/wcms_168913.pdf

[2]Eurostat, 2018. http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do

[3]Економічна активність населення за статтю, типом місцевості та віковими групами, 2018. http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/rp/eans/eansmv2018_u.xls

Декларації та Платформи дій (1995) та підписавши Угоду про Асоціацію між Україною та ЄС у 2014 році.

Стаття 24 Конституції України визначає, що жінки мають рівні з чоловіками права і свободи, і це має виражатися в рівних можливостях у професійній підготовці, охороні праці та винагороді за неї, охороні здоров'я, правовому захисті, а також матеріальній і нематеріальній підтримці материнства, створенні сприятливих умов для поєднання праці й материнства, наданні оплачуваних відпусток та інших пільг вагітним жінкам і матерям тощо.[1]

Законодавчо визнано, що роботодавець має забезпечувати рівні права та можливості чоловіків і жінок, уникаючи пропонування роботи лише жінкам чи лише чоловікам (окрім специфічних робіт), надавати перевагу одній із статей, висувати різні вимоги, вимагати відомості про особисте життя чи плани щодо народження дітей при прийомі на роботу (стаття 17 ЗУ «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків»). Проблемою є недієвий механізм покарання правопорушників даних положень попри наявний Закон «Про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні», який описує механізми запобігання порушення прав людини за статевою ознакою.

Попри зобов'язання за міжнародними договорами, законодавство України не містить жодної норми, яка закріплювала б право працівників на рівну оплату за працю рівної цінності незалежно від статі. Стаття 21 Закону України «Про оплату праці»[2] вказує лише, що забороняється будь-яке зниження розмірів оплати праці залежно від статі, і не містить чіткого положення про те, що кожен працівник незалежно від статі має право на рівну оплату за рівноцінну працю.

Однак поняття «робота рівної цінності» не обмежується тільки однаковою (тотожною) роботою чи роботою, яка виконується в той самий час. Роботи, які виконують жінки та чоловіки, можуть передбачати різні умови праці та кваліфікацію, однак водночас можуть бути рівноцінними й відповідно оплата за такі роботи має бути однакова. Наприклад, робота електрика та медсестри може вимагати порівняно однакових освіти та навичок і може бути рівнозначно важливою та цінною для працедавця й відповідно оплачена однаково.

У законопроекті «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків» містилося положення: «якщо заробітна плата жінок і чоловіків, які виконують на підприємстві, в установі та організації рівноцінну роботу, є різною, роботодавець повинен довести, що це не зумовлено статтю працівника».

Однак в ухваленому законі цієї форми немає, і в ст. 17 Закону України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків»[3] встановлено, що роботодавець зобов'язаний здійснювати рівну оплату праці жінок і чоловіків при однаковій кваліфікації та однакових умовах праці.

Таким чином, застосувати цю норму для захисту своїх прав у разі дискримінації в оплаті праці можна буде тільки тоді, коли йдеться про різну оплату праці працівників різної статі за ідентичну роботу — ті самі посадові обов'язки, умови праці, кваліфікація працівників. Наприклад, якщо зарплата жінки — головного бухгалтера підприємства є меншою, ніж була заробітна плата її попередника — чоловіка за однакової кваліфікації та обсягу роботи, маємо підстави припускати наявність дискримінаційних дій і порушення цієї норми закону.

Однак принцип рівної оплати за роботу рівної цінності передбачає ідентифікацію робіт рівної цінності та порівняння оплати праці. Наприклад, робота бухгалтерки та юриста чи кухарки та електрика на одному підприємстві можуть бути рівноцінними стосовно відповідальності за людей, фінанси та матеріали; навичок та кваліфікації, включаючи попереднє навчання та досвід, необхідний для виконання роботи; фізичних, розумових та емоційних зусиль, потрібних для виконання роботи; умов праці. Відповідно оплата праці цих робіт повинна бути рівною.

Хоча за Конституцією України кожен із подружжя має рівні права і обов'язки у шлюбі та сім'ї, дітей доглядають зазвичай жінки, що збільшує гендерну нерівність у суспільстві. Так, за даними опитування «Сучасне розуміння маскулінності», яке провів Інститут демографії та соціальних досліджень спільно з Мінсоцполітики та українським представництвом Фонду народонаселення ООН, жінки проводять із дітьми в середньому 49 годин на тиждень, чолові-

[1]Конституція України, стаття 24 https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80

[2]Закон України "Про оплату праці" — https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/108/95-%D0%B2%D1%80

[3]Закон України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків» — https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2866-15

ки — 22 години[1]. Тому, наявність можливостей по догляду за дітьми може стимулювати жінок повернутись до робочої сили. Основна можливість догляду за дітьми в Україні є дитячі садки. У 2018 році в Україні працювало 14,9 тис. дитячих садків усіх форм власності, здатних прийняти 1,3 млн дітей. Але охочих віддати дітей у дитячі садки більше ніж наявних місць. На 100 місць у дитячих садках в середньому претендує 108 дітей. У містах порівняно з селами у 1,43 разу більше дітей претендують на 100 місць. У сільській місцевості 83 дітей у дошкільних навчальних закладах у розрахунку на 100 місць, у міських поселеннях — 119 дітей на 100 місць. Ця проблема найзагостреніша у західних областях. Так, у 2018 році у Волинській області на 100 місць претендували 128 дітей, а у Львівській — 127. Дитячі садочки можна розділити на комунальні та приватні, кількість останніх становить 201 або 1,3 % від загальної кількості. [2]

Майже усі, хто веде домогосподарство в Україні — жінки. Чоловіків серед них лише 3 %, хоча вони складають 45 % населення України. Це не особливість України: навіть в найрозвиненіших та прогресивних країнах чоловіки набагато менш схильні ніж жінки залишатись поза робочою силою через догляд за домогосподарством. Таку різницю спричиняють як об'єктивні, так і суб'єктивні фактори. З одного боку, в силу фізіологічних особливостей жіночого організму, саме жінки народжують дітей, а також відповідають за грудне вигодовування у перші місяці життя. Тому, якщо родина вирішує заводити дитину, саме жінка має залишити робоче місце, хоча б на цей час. З іншого боку, культурні звички та стереотипи як українського суспільства, так і більшості інших країн диктують, що саме жінка має займатися домогосподарством та вихованням дітей. Ці норми підкріплюються економічною мотивацією: чоловік зазвичай заробляє більше.

Хоча необхідність догляду за дітьми є найважливішою причиною незайнятості жінок, та це не єдина причина. У 61 % домогосподарок відсутні діти до 3 років, а у 15 % взагалі немає дітей. Варто розглянути й інші причини незайнятості жінок. Серед них — брак досвіду та навичок, або втрата таких знань і вмінь за період незайнятості. Довгий період економічної неактивності може сприяти втраті робочих навичок. Перебуваючи поза робочою силою, людина не лише втрачає наявні навики, а й не здобуває нових.

Також причиною незайнятості жінок може бути відсутність потреби у заробітку, якщо родина забезпечена та відсутність привабливих робочих місць.

Висновок. Доведено, що коли рівень зайнятості жінок зрівняється з рівнем зайнятості чоловіків, то це підвищить і загальнодержавний ВВП. Разом із тим, основні причини нижчого рівня зайнятості жінок в Україні: нестача якісних можливостей догляду за дітьми, недостатня кількість робочих місць з можливістю працювати дистанційно чи неповний робочий день, брак (чи втрата за час незайнятості) досвіду і навичок, особистий вибір, а також дискримінація (як з боку суспільства, так і з боку законодавства), стан здоров'я та великий обсяг роботи у домогосподарстві.

Також чинне законодавство України фактично обмежує право жінок на рівну з чоловіками оплату за рівноцінну працю, гарантоване нормами міжнародних договорів, ратифікованих Україною, які є частиною національного законодавства, та створює перешкоди в доступі до правосуддя жінкам, право яких порушено. І тому потреба закріпити принцип рівної оплати за роботу рівної цінності в Законі України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків» і в Законі України «Про оплату праці», а також розвиток судової практики стосовно захисту від дискримінації в оплаті праці, підвищення рівня усвідомлення працедавцями відповідальності за забезпечення рівності жінок і чоловіків в оплаті праці є досі актуальними.

Щоб підвищити рівень зайнятості жінок, на мою думку, буде доцільно провести такі заходи:

1) збільшити кількість місць у дитячих садочках, адже це очевидно, що в найбільших містах України дефіцит місць;

2) підвищити якість надання послуг у дитячих садочках. Зокрема, можна спостерігати таку картину, що якщо дитячий садочок державної власності, то умови там жахливі. Також спростити саму процедуру відкриття нових дитячих садочків;

3) гарантувати дітям, у яких двоє батьків працюють, переваги у черзі до дитячого садочку.

4) стимулювати появу нових робочих місць з можливістю працювати неповний робочий день чи навіть дистанційно.

---

[1] Сучасне розуміння маскулінності: ставлення чоловіків до гендерних стереотипів та насильства щодо жінок https://ukraine.unfpa.org/uk/publications/сучасне-розуміння-маскулінності-ставлення-чоловіків-до-ґендерних-стереотипів-та

[2] Експрес-випуск «Дошкільна освіта в Україні у 2018 році» // Держстат http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/osv_rik/osv_u/dosh_osvit/dosh_osvita_2018.xls

5) проводити пропагандистичну боротьбу з гендерною дискримінацією серед роботодавців.

6) не збільшувати кількість грошових виплат на дитину. Збільшення грошових виплат стимулює залишатись поза робочою силою.

7) на законодавчому рівні врегулювати питання рівної оплати праці, без можливих нюансів, регулярно контролювати це, а в разі не виконання оштрафовувати роботодавців.

8) **право звернутися до суду або іншого компетентного органу** Працівник, який вважає, що принцип рівної оплати праці стосовно нього порушений, може звернутися до суду з позовом проти свого роботодавця.

Література:

1. Купець О. Комплексний гендерний підхід на ринку праці України та роль Державної служби зайнятості. Міжнародна організація праці. 2010: http://www.oit.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/---sro-budapest/documents/publication/wcms_168913.pdf

2. Eurostat, 2018. http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do

3. Економічна активність населення за статтю, типом місцевості та віковими групами, 2018. http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/rp/eans/eansmv2018_u.xls

4. Конституція України, стаття 24 https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80

5. Закон України "Про оплату праці" — https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/108/95-%D0%B2%D1%80

6. Закон://заїни «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків» олhttps://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2866-15

7. Сучасне розуміння маскулінності: ставлення чоловіків до гендерних стереотипів та насильства щодо жінок https://ukraine.unfpa.org/uk/publications/

8. Експрес-випуск «Дошкільна освіта в Україні у 2018 році» // Держстат http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/osv_rik/osv_u/dosh_osvit/dosh_osvita_2018.xls.

Савченко Ю. В.

"Публічне управління та адміністрування", 3 курс

ДВНЗ "Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана"

Науковий керівник — д.е.н., професор кафедри національної економіки та публічного управління Ємельяненко Л. М.

КІБЕРБЕЗПЕКОВІ ТРЕНДИ В УМОВАХ ПОШИРЕННЯ КОРОНОКРИЗИ

Вступ. Для сучасного етапу розвитку суспільства характерним є шлях інноваційного прогресу, в якому трансформаційні перетворення відбуваються переважно в процесі виробництва, переробки та реалізації інформаційно-інтелектуальних ресурсів. Наразі створене інформаційне суспільство не лише дає змогу використовувати такі ресурси ефективніше, але й породжує загрози забезпечення кібербезпеки на національному та глобальному рівнях. Саме сьогодні пандемія COVID-19 серед інших суспільних проблем суттєво загострила питання кібербезпеки, коли кризові ситуації традиційно викликають активізацію різноманітних хакерських угрупувань.

Метою нашого дослідження є виявлення кібербезпекових тенденцій в умовах поширення коронокризи та обґрунтування важливості створення контролюючих систем задля запобігання шахрайства. При дослідженні використано методи систематизації та узагальнення науково-публістичної, нормативно-правової, звітно-аналітичної інформації.

Огляд фахової літератури. В процесі проведення дослідження вивчено матеріали наукових статей експертів Національного інституту стратегічних досліджень [6] і фінансової групи I*CU* (Investment Capital Ukraine) [1], публікацій періодичних видань [3], положення Закону України «Про основні засади забезпечення кібербезпеки України» [2], звітно-аналітичну інформацію Торгово-промислової палати та Національної поліції України [3; 4], а також відомості Міжнаціональної мапи кіберзагроз [5].

Результати дослідження. Пандемія коронавірусу в Україні є досить серйозною загрозою для української нації, держави та вітчизняної економіки. Виходячи з того, що Україна має

досить високу боргову навантаженість, в умовах поширення коронокризи країна перебуває в групі найбільшого ризику [1], що означає посилення турбулентності причинно-наслідкових механізмів регулювання багатьох аспектів соціально-економічного розвитку. Одними з перших відчуватимуть на собі вплив механізми погіршення умов із залучення зовнішнього фінансування, посилення тиску на гривню, руйнування виробничих і збутових ланцюжків, що призведе до безробіття та падіння економічних показників. Об'єктивно прийняття карантинних заходів в Україні було зумовлено зростанням кількості інфікованих. Проте карантинний режим спричинив призупінення виробничих відносин і наразі, за офіційними даними Торгово-промислової палати України, уже більш ніж 3,5 млн українців залишилися без роботи [3]. Разом з тим пандемія COVID-19 суттєво загострила питання кібербезпеки, коли кризові ситуації традиційно викликають активізацію різноманітних хакерських угрупувань [1].

Згідно нормативно-правового забезпечення об'єктом кібербезпеки визначено: 1) конституційні права і свободи людини і громадянина; 2) суспільство, сталий розвиток інформаційного суспільства та цифрового комунікативного середовища; 3) держава, її конституційний лад, суверенітет, територіальна цілісність і недоторканність; 4) національні інтереси в усіх сферах життєдіяльності особи, суспільства та держави; 5) об'єкти критичної інфраструктури [2].

В сучасних умовах до потенційних факторів підвищення деструктивної (протизаконної) кіберактивності експерти відносять: стимулювання зміни виробничих відносин на умовах дистанційної роботи; максимальне обмеження готівкових розрахунків та інтенсифікація електронних платежів; зростання кількості фішингових атак; посилення паніки через дезінформаційну кампанію щодо коронавірусу [6].

Під час карантину українці вигадали нові види шахрайства. Карантинні обмеження завадили шахрайським системам, які існували у публічних місцях. Системи перейшли до мережі інтернет, до так званого фальшивого "волонтерства". Шахраї керуються різними системами обману. Це можуть бути фальшиві сайти задля поповнення мобільного рахунку, сплати за інтернет чи комунальні послуги без комісії. Закінчення таких історій — втрата всіх грошей з особистого рахунку потерпілих. Фальшиві дзвінки "під виглядом банківських співробітників" — для перевірки даних клієнта з пропозицією кредитних канікул під час карантину — для уникнення штрафів за непогашення кредитів. В інтернеті можна знайти оголошення з продажу масок, дезінфекторів, нереальних ліків проти вірусу та подібні товари. Людина, відправляючи передплатою гроші за потрібний товар, так і не отримує його. В гіршому випадку — шахраї ще й крадуть конфіденційні дані людини та знімають з її рахунку всі кошти.

Прикладів шахрайства безліч: дезінфекція приміщення; пропонування вакцини від коронавірусу; постачання продуктів, ліків; попередня оплата за покупки з інтернету за нереальну продукцію; вимагання негайно допомогти псевдо благодійному фонду у боротьбі з коронавірусом; псевдо соціальна допомога; дзвінки на телефон з констатуванням захворювання у родичів, дезінформацією та психологічним тероризмом чи оплата відсутнього штрафу за порушення режиму самоізоляції з посиланням на реквізити оплати та т.ін. Усе це нові системи "як заволодіти коштами громадян" й частіше страждають літні люди. Шахраї користуються людськими почуттями та довірою, і це, на жаль, виявилося простіше простого. Аферисти розробили багато схем і пішли у наступ на простих людей. Відомо що вони ладні сказати будь-що, щоб потрапити в оселю чи отримати гроші.

За даними річного звіту Національної поліції України [4] кіберполіцiянти викрили 4 263 злочинів, які завдали збитків на 28 млн грн.

Згідно з картою кіберзагроз у режимі реального часу — Україна посідає 17 місце у світі за кількістю кібер-атак [5]. Це свідчить про те, що в умовах дистанційної роботи, коли навантаження на мережу значно збільшилося, комп'ютери, смартфони, банківські картки та гроші стають неймовірно привабливими для кіберзлочинців.

Експертами встановлено 4 ключові кібербезпекові тренди, які можуть призвести до зростання кіберзагроз на фоні розгортання пандемії COVID-19. До таких трендів віднесено: збільшення кількості людей, які бажають працювати віддалено (використання ІТ, але люди не мають ні досвіду не знань); збільшення відсотку електронних платежів (призводить до збільшення уваги шахраїв); збільшення кількості випадків фішингових атак; повна можливість для кібер-та інфо-атак з метою дестабілізації ситуації [6]. Людство навіть не здогадується, як саме кіберзловмисники здатні діяти проти нас. Незаконні фінансові операції з використанням платіжної картки або її реквізитів, що не ініційовані або не підтверджені її володарем. Реквізити знаходять на зламаних серверах інтернет-магазинів, виманювання в користувачів Інтернету, логінів і паролів, номерів кредитних карток та іншої конфіденційної інформації, про-

даж уявних речей через інтернет-аукціони, інтернет-магазини, сайти та телекомунікаційні засоби зв'язку.

Прогнози щодо зростання кібератак під час пандемії наразі не справдились. Однак очікувано зросла фішингова діяльність, але вона не матиме попиту тому, що сильно привертає увагу правоохоронних органів. Щодо електронних платіжних систем, то наразі не має доступних статистик зростання випадків, але можна звернути увагу на високий рівень таких злочинів і загальну складну безпекову ситуацію.

Висновки та пропозиції. Національна кібербезпека в умовах пандемії COVID-19 є надзвичайно важливим питанням, вирішення якого має неодмінно стосуватись розробки новітніх систем у сфері кібербезпеки. Робота кіберполіції не була реалізовано на всю потужність, тим самим спровокувавши зацікавленість шахраїв у цій сфері. Мають бути переглянуті системи контролю та аутентифікації людей у мережах і використання посиленого режиму контролю передачі грошових коштів.

Аналізуючи стан країни в цілому можна запевнити, держава приділяє занадто багато уваги до поширення коронавірусу, використовуючи при цьому порушення балансу прав і свобод громадян у цифровому просторі, фактично легалізуючи кіберстеження. Зміна переліку реальних секторів ураження економіки тепер змінилася, раніше до таких секторів відносили енергетику, фінансову систему, оборонну промисловість, шкідливі підприємства та виборчі системи. В умовах пандемії особливої актуальності набуває розробка нових методів забезпечення безпеки держави та нації шляхом формування захисного поля протиборства — кіберпростору.

Література:

1. Мартиненко О. Втеча від стабільності: як коронавірус вплине на економіку світу, Європи та України. К: Аналітичного департаменту групи ICU. 2020. URL: https://www.icu.ua/uk/about-icu/news/vtecha-vd-stablnost-yak-koronavrus-vpline-na-ekonomku-svtu-vropi-ta-ukrani (дата звернення 07.05.2020).
2. Офіційний сайт Верховної Рада України. Закон України "Про основні засади забезпечення кібербезпеки України". URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2163-19/ed20171005#n14 (дата звернення 07.05.2020).
3. Офіційний сайт Ліга.Новости. За час карантину в Україні з'явилося понад мільйон безробітних — ТПП. URL: https://ua-news.liga.net/economics/news/za-chas-karantinu-v-ukraini-zyavilosya-ponad-milyon-bezrobitnih---tpp (дата звернення 07.05.2020)
4. Звіт Голови Національної поліції України про результати роботи відомства у 2019 році URL: https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/17-civik-2018/zvit_2019/zvit-npu-2019.pdf (дата звернення 07.05.2020).
5. Міжнародна мапа кіберзагроз. URL: https://cybermap.kaspersky.com/ (дата звернення 07.05.2020).
6. Дубов Д. COVID-19: ключові кібербезпекові тренди. К.: Національний інститут стратегічних досліджень. 2020. URL: https://niss.gov.ua/doslidzhennya/informaciyna-politika/covid-19-klyuchovi-kiberbezpekovi-trendi (дата звернення 07.05.2020).

Болдирєв Ф. В.
«Фінанси, банківська справа і страхування», 1 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е н., доцент кафедри економічної теорії Руженський М. М.

IT-СЕКТОР ЯК ДРАЙВЕР ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ: ВПЛИВ НА ЗАЙНЯТІСТЬ, БЮДЖЕТ І ЗАКОРДОННІ ІНВЕСТИЦІЇ

Вступ. Протягом двох останніх десятиліть в Україні та світі зростає значення індустрії інформаційних технологій. Мова йде про компанії, що займаються розробкою програмного забезпечення, графічних оболонок, інтернет-сайтів. За останні 6 років їхня доля у ВВП нашої країни зросла у кілька разів. З 2016 по 2019 рік номінальні надходження від галузі в бюджет зросли у 2.35 разу, а експорт — у 2.1 разу.

Актуальність теми дослідження. Таке стрімке зростання індустрії привертає увагу, змушує різних людей формувати очікування стосовно її майбутнього, не розуміючи справжній стан речей. Тому очікування мають занадто оптимістичний характер. У середовищі підприємців і навіть серед пересічних працівників галузі поширені думки про те, що сектор IT стане рятівником економіки країни, перетворивши Україну на державу програмістів. Така думка поширена у також і серед деяких вітчизняних політиків, які можуть виступати з офіційними заявами, і навіть пропонувати законопроекти, що ґрунтуються на занадто оптимістичних оцінках. Тому наразі дуже актуальною є тема загального огляду галузі та її впливу на економіку країни.

Метою дослідження є висвітлення поточного впливу IT-галузі України на державний бюджет, зайнятість населення та прямі закордонні інвестиції, а також оцінка потенціалу розвитку індустрії.

Методи дослідження. В процесі дослідження активно застосовувався метод синтезу, також використовувалися засоби наукової абстракції, моделювання, аналіз літературних джерел.

Огляд фахової літератури. Дослідженням питань розвитку IT-індустрії присвячені роботи таких вчених як Мельник М. І., Васильцьова Т. Г., Шевчук Т. В., Кравчук Г. Т. та інших. У своїх працях вони розглядають як стан галузі, так і її майбутнє.

Однак значна частина питань досі не розкриті і вимагають додаткових досліджень. Зокрема, у вітчизняній науці поки що слабко вивчені екстерналії сектору IT в контексті української економіки.

Результати дослідження. IT-галузь сплачує порівняно мало податків. Створюючи 4 % національного продукту і маючи середню заробітну плату удвічі вищу за середню по країні, сектор у 2019 році сплатив лише 16.7 млрд грн податків, або 1.6 % від доходів державного бюджету 2019 році. З 2018 по 2019 зростання надходжень становило 28 %. При цьому 2016 році індустрія сплачувала 1.1 % бюджету, або 7.1 млрд грн.

Низьке оподаткування пов’язане з недосконалістю трудового і податкового законодавства. Серед IT-компаній популярною є реєстрація ФОПів (фізичних осіб-підприємців) через менші ставки податків, хоча характер діяльності компаній не відповідає жодній з категорій ФОП. Також фірми зловживають влаштуванням працівників як фрілансерів, яким не потрібно платити соцпакет. Як наслідок, майже всі компанії сплачують 5 % від доходу і один єдиний соціальний внесок на кожного співробітника. Так з 16,7 млрд грн 12,66 млрд становить ЄСВ, а 4,04 млрд — податок на дохід. При цьому доходи індустрії за 2019 рік становили близько 5 млрд дол.

Можна запропонувати два шляхи розв’язання цієї проблеми: узаконити поточну ситуацію або підвищити податки. Останній варіант зараз намагається реалізувати влада. Протягом 2019 і на початку 2020 року висувалися пропозиції щодо створення 5-ої категорії оподаткування ФОПів. IT-компаніям пропонується, окрім податку на дохід, сплачувати 1,5 % військового збору та фінансувати «Фонд розвитку людського капіталу». До нього пропонується вносити спершу 1 % від доходу компаній, але потім щороку буде йти підвищення до 5 % у 2024 році. Також компанії повинні будуть сплачувати подвійний єдиний соціальний внесок.

За розрахунками, без урахування змін у діловій активності в 2019 таке нововведення призвело б до підвищення податків на 87,9 %, або на 14,68 млрд грн. Бюджет отримав би 31,38 млрд. Доля IT у доходах держбюджету становила б 3 %. Якби старт реформи почався ще у

2019 році, то у 2023 році доля ІТ зросла би до 5,9 %, або до 77,08 млрд грн. Однак це оптимістичний сценарій.

Підвищення податків цілком можливо призведе до значного уповільнення зростання індустрії. За різними оцінками до 90 % її компаній надають аутсорсингові послуги, на експорт припадає 75,8 % виробленої продукції, і цей показник лише зростає. У той же час в України є конкуренти, які за валовими показниками подібного виробництва значно більші. Це Індія і країни Південно-Східної Азії. У них не передбачаються зміни в оподаткуванні ІТ, а нижчі ціни перетягнуть частину клієнтів. У разі відмови від підвищення податків у 2023 році індустрія принесе в бюджет лише 40,7 млрд грн, що становитиме 3 %, однак це значно реальніші цифри.

З цього випливає, що в найближчі п’ять років сектор не зможе стати основним джерелом наповнення бюджету, або ж як-небудь серйозно впливати на нього. Лише у 2029-2030 роках галузь зможе забезпечувати більше 13 % доходів у держбюджет, і це за умови, що буде підвищено податки і зростання ІТ становитиме 25 % щороку. Такий сценарій є малоймовірним, оскільки вже зараз спостерігається зниження темпів росту індустрії з 35 % до 28 %.

Прогнозується, що протягом наступних 5 років кількість спеціалістів ІТ перевищить 650 000. Тобто мова йде про створення близько 80 000 робочих місць щороку. Це позитивна новина, особливо на фоні загального зменшення кількості робочих місць у країні. Однак такі дані виглядають завищеними. Згідно з офіційними даними DOU.UA, з яким співпрацюють майже всі ІТ-компанії, у 2018 і 2019 кількість спеціалістів збільшувалася на 30 000 щороку. Тому, на мою думку, можна говорити про максимум 150 тис. нових місць. При цьому з ВУЗів випуститься навіть більша кількість спеціалістів. Отже, зменшити поточний рівень безробіття за рахунок галузі не вдасться, проте можна не допустити його зростання.

У 2019 році прямі закордонні інвестиції (ПЗІ) в Україну становили 2,4 млрд дол., що є недостатнім. З них в ІТ — 544 млн долю, або 22 % від усіх ПЗІ. Проблема прямих інвестицій в ІТ-сектор полягає у їх напрямленості. Майже всі вони — це перекуп комерційно успішних проектів, а не вкладання грошей у розвиток необхідної інфраструктури під майбутні прибутки. У такому випадку не можна сподіватися на стабільне зростання обсягів інвестування, Самі ж інвестиції в ІТ на справді низькопродуктивні саме через їхнє вузьке спрямування. Ці гроші використовуються для, розширення штату, навчання працівників компаній та закупівлі необхідного обладнання. При цьому з часом більшість компаній виїжджають у США, після чого важливість вітчизняного ринку для них поступово зникає.

Причина еміграції компаній полягає у двох властивостях нашої економіки. По-перше, малий внутрішній ринок. Усередині країни реалізується продукції лише на 1,3 млрд дол., у той час як на експорт виробляється 4,17 млрд дол. Темпи зростання внутрішнього ринку у 2–3 рази нижчі у порівнянні з експортом. Вітчизняним продуктовим компаніям вигідніше розміщувати свої головні офіси ближче до головних ринків збуту. По-друге, поганий інвестиційний клімат. Через це венчурні інвестори вимагають переїзд до Кремнієвої долини в обмін на інвестиції.

Висновок. ІТ-сектор — об’єктивно найуспішніша галузь економіки України. Однак він не може претендувати на звання провідного сектору. Його поточні результати незначні в масштабах усієї економіки. Підвищення податків удвічі призведе до збільшення бюджету лише на 1,5 %. Певний вплив галузь має на занятість, даючи роботу молоді. У сфері інвестицій також немає сенсу очікувати прорив через їх характер. Хоча моделі показують, що наприкінці наступного десятиліття доля сектора в ВВП може перевищити 10 %, ці прогнози базуються на лінійних обрахунках без урахування низки вагомих факторів: темпів розвитку індустрії в світі і зокрема на Заході, розвитку країн-конкурентів, ефекту низької бази, який провокую надмірний оптимізм. Також вагомим фактором є brain drain.

Поточні умови функціонування ІТ-галузі є доволі оптимальними. Збільшення податків може призвести до непередбачуваних негативних наслідків. Якщо держава планує підвищити соціальну активність сектору, вона має проводити комплексні реформи всієї економіки, поліпшувати інвестиційний клімат, стимулювати попит на вітчизняну ІТ-продукцію. Також потрібно стимулювати розвиток бізнес-кластерів, акселераторів і науково-дослідницьких центрів. Лише так вдасться перетворити сектор з постачальника аутсорсингу на продавця готової унікальної продукції.

Література:

1. Проект Закону про внесення змін до Податкового кодексу України щодо встановлення спеціального податкового режиму від 18.12.2019 № 2615 [Електронний ресурс] \Режим доступу: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=67671

2. Мельник І. М. «Інституційне забезпечення розвитку ІТ-сектору в Україні: основні проблеми та пріоритетні напрями вдосконалення», Регіональна економіка 2018 № 1 http://re.gov.ua/re201801/re201801_102_MelnykMI.pdf
3. Шевчук Т. В., Кравчук Г. Т. «Перспективи розвитку інформаційних технологій в Україні» http://dspace.ubs.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/2057/1/Kravzuk %202.pdf
4. Анализ инвестиций в IT за 2019 год от AVentures Capital | MC Today [Електронний ресурс] \Режим доступу: https://mc.today/ukrainskie-it-kompanii-privlekli-544-mln-investitsij-v-proshlom-godu-polnyj-spisok-sdelok/

Нелеп А. Д.,
«Маркетинг» 1 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри економічної теорії Кулага І. В.

МАЛИЙ ТА СЕРЕДНІЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ — 2020: ЯК ПОМ'ЯКШИТИ УДАР ПІД ЧАС КРИЗИ

Вступ. На початку 2020 року світ охопила пандемія коронавірусу. Як результат — карантинні заходи, що були запроваджені на території кожної конкретної країни, в умовах глобалізації призвели не лише до появи кризових явищ у межах національної економіки, але й до розгортання світової економічної кризи. За прогнозами, у 2020–2021 роках світовий валовий внутрішній продукт може зменшитися на 9 трлн дол. (ТСН). Одна з причин цього — неспроможність малого та середнього бізнесу повноцінно працювати, перш за все це стосується сфери послуг (косметологія, ТРЦ, кінотеатри тощо), туризму, транспортної галузі (міжнародні перевезення), ресторанного бізнесу, сфер страхувань і будівництва, а також виробництва, що залежне від експорту та імпорту. А, як відомо, саме мале та середнє підприємництво становить основу підприємницького сектору країни і відіграє важливу роль в економічних процесах. На сьогодні перед підприємцями постає питання ведення бізнесу в умовах не лише карантину, але економічної кризи. Ми не знаємо, наскільки довго буде тривати епідемія, від якої залежить і стан економіки, оскільки в нас немає прецеденту, однак можемо вжити заходів, які в змозі пом'якшити удар по бізнесу в таких умовах. Тому що виживання малого і середнього бізнесу є необхідною умовою для відновлення економіки країни після кризи.

Метою дослідження є висвітлення поточного стану малого і середнього бізнесу в Україні в умовах пандемії, визначення проблем та оцінка можливостей пом'якшення удару під час кризи.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої дослідження проводилося з використанням методів аналізу та синтезу, наукової абстракції, також було здійснено аналіз статистичної інформації та літературних джерел.

Огляд фахової літератури. Економічної кризи є насамперед об'єктом досліджень таких відомих вчених, як: Дж. Хікс, П. Самуельсон, І. Фішер; розвиток підприємства в умовах кризи досліджує ряд провідних зарубіжних і вітчизняних науковців, серед яких слід відзначити дослідження Е. І. Данілової, в яких увага зосереджена на аналізі стратегії розвитку підприємства в умовах кризи.

Результати дослідження.

1. Проаналізовано стан, в якому зараз знаходиться мале й середнє підприємництво України. Впровадження жорсткого карантинного режиму суттєво обмежило роботу підприємств. Особливо вразливими до економічних наслідків пандемії виявилися представники малого та середнього бізнесу. Так, за результатами опитування Європейської Бізнес Асоціації, кожен п'ятий малий бізнес в Україні опинився під загрозою закриття. На даний момент роботу припинили близько 277 тис. підприємців. Кількість вакансій в українських компаніях зменшилась удвічі. Реєстрація нових ФОП зменшилась утричі з 5 тис. нових підприємств на тиждень до 1,5 тис. Найбільше постраждали ринки та заклади громадського харчування: 58 % власників бізнесу продовжують роботу на карантині, 29 % її припиняють. 6 % підприємців повністю зупинили свою діяльність. При цьому, прожити в умовах карантину бізнес може недовго: за опитуваннями, половина протримається ще місяць, чверть — 2–3 місяці, і лише

невеликий процент зможе функціонувати до півроку і більше. 6 % підприємців повністю зупинили свою діяльність. Власники малого та середнього бізнесу повідомляють про те, що доходи знизилися на чверть/половину у порівнянні з прибутками до карантину. Крім того, звільнено 10–25 % робітників.

2. Визначено роль держави у підтримці вітчизняного бізнесу**.**

Підприємці очікують з боку влади фінансової допомоги: зменшення орендної плати, тимчасове звільнення від сплати податків або їх зниження (тимчасова відміна ЄСВ, ПДФО). Крім того, потрібно відмовитися від перевірок бізнесу до кінця року, щоб сприяти відновленню роботи підприємств, а не змушувати приділяти увагу адмініструванню. Це має бути забезпечено задля функціонування бізнесу та утримання робочих місць на період карантину. Наразі діють такі можливості для підприємців:

— уникнути штрафних санкцій і відшкодування збитків за несвоєчасне виконання зобов'язань за договорами (в тому числі по ЗЕД-контрактах);

— достроково розірвати договір, у разі перевищення граничного терміну карантину;

— не платити орендну плату, в разі неможливості користування орендованим приміщенням;

— розстрочити/відстрочити виконання податкових зобов'язань або податкового боргу та інших зобов'язань, передбачених законодавством, виконання яких неможливо у теперішній ситуації.

Проте в цілому антикризова політика в Україні є недосконалою. Підприємці очікують скорого послаблення карантину і виходу на ринок.

3. На основі проведеного аналізу надано рекомендації, щодо виживання малого і середнього бізнесу в умовах кризи. Вони стосуються організаційних аспектів бізнесу, маркетингового аналізу та репутації компанії.

По-перше, варто подбати про підготовку до можливих екстрених ситуацій, яка має здійснюватися ще з початку створення бізнесу. Має бути підготовлена не тільки фінансова подушка безпеки, але й така система, яка могла б обслуговувати клієнтів навіть за неможливості виходити з дому. Враховуючи сучасні технології, кожне підприємство може налагодити зв'язок для продажу за допомогою інтернету. Компанії, які вкладають зусилля в розвиток онлайн-сервісів, мають більше переваг над тими, які «прив'язані» до офісів і штабів. Такими рішеннями можуть бути зручні додатки або сайти компанії, сторінки в соціальних мережах.

Як приклад, компанія Alibaba Group і більш відома AliExpress, — після спалаху атипової пневмонії у 2000 р. — розпочався розвиток онлайн-сервісу, що згодом стало революційним рішенням на ринку віртуальних продажів. Іншими прикладами можуть стати заклади харчування, які організовують доставку своєї продукції, а також створюють додаткові робочі місця на своїх кухнях.

По-друге, криза, так само, як і карантин, завжди завершується; а це означає, що в майбутньому підприємства знову матимуть змогу повноцінно вийти на ринок. Тому такий режим дає можливість попрацювати над репутацією фірми та пошуком нової цільової аудиторії, активно запроваджуючи нові маркетингові стратегії. Під час карантинного режиму частина населення отримала багато вільного від роботи часу, а отже, має бажання чимось займатися, отже зростає попит на освітні матеріали та розважальні товари і послуги. Репутацію компанії можуть зіпсувати вимушені дії власника задля оптимізації роботи на карантині. До таких відноситься звільнення працівників і порушення стосунків з постачальниками. Найкращим способом збереження робітників буде тимчасова відпустка та, за можливості, виплачування їм частково заробітної плати, організація дистанційної роботи. Адже, звільняючи професіоналів, треба пам'ятати, що після кризи повернути їх на попередні робочі місця буде досить складно.

Отже, незважаючи на очевидні руйнівні наслідки коронавірусної кризи для малого та середнього бізнесу, це також можливість працювати над особистою репутацією компанії: як роботодавця, так і постачальника продукції та послуг.

Висновки і пропозиції. Враховуючи наведені прогнози та проведений аналіз можна зробити висновки, що пандемічна криза нанесе серйозний удар по економіці країни в цілому і по сектору малого і середнього бізнесу зокрема, отже, щоб пом'якшити удар під час кризи слід зосередитись на цифровізації економіки (переходу бізнесу на дистанційну форму праці — там, де це можливо і доцільно), перегляді державою макроекономічної політики та програм підтримки малого і середнього бізнесу, а підприємцями — здатність свого бізнесу вистояти в скрутних обставинах і готовність до будь-яких ризиків.

Література:

1. J.R. Hicks, Essays in World Economics. Oxford, At the Clarendon Press, 1959, XVIII p. 274 p.
2. Самуэльсон П.А., Нордхаус В.Д. Экономика. — М. : БИНОМ, КНОРУС, ЛБЗ, 1999. — 800 с.
3. Fisher I. The Theory of Interest: As determined by impatience to spend income and opportunity to invest it / Fisher I. — New York : Kelley and Millman, 1930. — 1954 reprint
4. Е.І. Данілова. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи, Наукові праці Національного університету харчових технологій, с. 56–59, 2009 р.
5. https://bigmoneyconf.com/
6. https://www.dw.com
7. https://epravda.com.ua
8. https://opendatabot.ua

Розсохіна В. Л.
«Міжнародні економічні відносини», 1 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., професор кафедри економічної теорії Ткаченко О. В.

ЦІНОВА ВІЙНА ЯК МЕТОД АГРЕСИВНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

Головною ознакою середовища функціонування соціально-економічних систем різного рівня є конкуренція, проте конкурентна ситуація у XXI столітті докорінно відрізняється від її аналогів у XX ст. Однією з відмінностей конкуренції в умовах глобалізації світової економіки є зростання агресивності ринкової поведінки її учасників, посилення недобросовісної конкуренції. Дії фірм усе більше віддаляються від мирного суперництва: прямі ринкові атаки, агресивна політика цін, яка у багатьох випадках переростає у цінові війни, стають практикою у послабленні конкурентів.

У сучасних ринкових умовах ціна товару — це той важіль економічного механізму, від якого багато в чому залежить успішний розвиток бізнесу, а цінові війни майже неминуче чинять руйнівний вплив на функціонування та розвиток суб'єктів конкурентних відносин. Зміна характеру конкуренції зумовлює і зміни в управлінні соціально-економічними системами, що втягнуті у даний процес, що і актуалізує тему дослідження. Метою роботи є дослідження феномену цінових війн і виявлення загроз, що прямо пов'язані з ними.

Методи дослідження: У системі методів дослідження особливе місце посідає контент-аналіз, оскільки він допомагає дати інтерпретацію змісту інформації через кількісні показники. Абстрагування — зміст цього методу полягає в уявному відході від несуттєвих властивостей, зв'язків, відношень предметів і в одночасному виділенні, фіксуванні однієї чи кількох найважливіших рис. Аналіз — метод пізнання, який дає змогу поділити предмет на частини. Призначення аналітичної роботи полягає у вивченні закономірностей практично всіх процесів і явищ суспільного життя, які тією чи тією мірою впливають на процес цінової війни між двома фірмами.

Огляд фахової літератури: Підхід до конкуренції, як антагоністичної боротьби, основується на її класичній концепції, що започаткована А. Смітом, а в подальшому розвинута в роботах А. Маршала, Дж. Робінсона, Е. Чемберліна, Ф. Хайєка та інших. Французький математик і економіст Ж. Бертран, у запропонованій ним моделі, описує поведінку фірм на олігополістичному ринку, що конкурують за рахунок зміни рівня цін на продукцію. Продовження ця тематика отримала у моделі П. Свізі, де розглядається оцінка реакції інших фірм на зміни ціни або обсягу випуску, вчинені суперником. Відображення проблематики цінових війн можна знайти в роботах сучасних науковців. М. Портер у книзі «Конкурентні переваги» визначає характеристики галузі, що обумовлюють високий рівень конкуренції між функціонуючими в ній компаніями, який несе у собі загрозу їхньому прибутку, і є потенційно сприятливим для цінових війн. Дж. Урбані досліджує думку менеджерів, які стверджували, що завоювання ринкової частки шляхом короткострокового агресивного скорочення ціни призводить до довгострокового зростання прибутковості. Е. Райс і Дж. Траут у своїй праці «Маркетингові війни», узагальнивши досвід кровопролитних протистоянь племен, народів, націй,

країн і материків, перенесли його в маркетингову теорію. І. Ліпсіц називає цінові війни найгіршим варіантом конкуренції.

Результати дослідження: Цінові війни не є витвором сучасності, їх історія бере початок ще за часів Старого Заповіту, коли торговці «перебивали» ціну сусіда. Нині битва перейшла на транснаціональний і, навіть, глобальний рівень. Авіакомпанії, виробники персональних компютерів, хімікатів, телекомунаційні компанії, виробники електроніки — це далеко не повний перелік галузей, котрі страждають від цінових війн в останні роки.

Цінова війна — це боротьба за ринок за допомогою поступового зниження цін конкурентами на аналогічну продукцію або товари-замінники. Цінові війни можна класифікувати залежно від причини їх виникнення: стихійні цінові війни та цінові війни, викликані цілеспрямованими діями компаній. Причиною стихійних цінових війн часто є неточна інформація про цінову політику конкурентів, а цілеспрямовані дії компанії зазвичай викликані ціллю збільшити ринкову частку. Такі війни вимотують ресурси компаній, мають руйнівний вплив на цінність пропозицій товарів, спричиняють шкоду репутації учасників цінових перегонів і галузі у цілому. Зниження цін не зменшує затрати виробників, але знижує їхній прибуток. Унаслідок цінової війни кількість конкурентів на ринку зменшиться, споживачі матимуть менший вибір товарів гіршої якості.

Розрізняють кілька видів цінових війн.

1. Базові війни. Різноманітні знижки на товари.
2. Тендерні війни. Вони мають місце при проведенні конкурсних торгів на поставку товарів, виконання робіт і надання послуг.
3. Демпінгові війни. Цей вид відображає використання одним з конкурентів демпінгових цін, під якими розуміється застосування цін значно нижче ринкових, часто навіть нижче рівня середньогалузевої собівартості продукції.

За останні роки цінові війни зачепили практично всі галузі, відбуваються на всіх рівнях економіки — від мікро до глобального, їх учасниками стають як окремі фірми, так і держави. Класичний приклад цінової війни — захоплення у 1986 році японськими компаніями ринків США. До прикладу, найпопулярніша японська компанія Sony продавала телевізори в США за ціною $ 180, в той час як ця ж сама марка продавалася в Японії за $ 333. Через такий крок ціни на вітчизняні телевізори в США становили тільки 60 % від собівартості.

Ще одним підтвердженням цінової війни на глобальному рівні являється конфлікт між ключовими гравцями ОПЕК — Саудівською Аравією і Росією. Нафтові гіганти не змогли домовитися з приводу продовження угоди ОПЕК+ про обмеження видобутку нафти, і арабська держава розв'язала цінову війну. Коротка війна «проти всіх», яка була розв'язана в березні 2020 року закінчилася обвалом котирувань до багаторічних мінімумів -37$ (WTI) за баррель і наочно продемонструвала наскільки слабкий баланс на нафтовому ринку.

Існує лише кілька ситуацій, коли цінова війна раціональна і, навіть, корисна, зокрема на нових швидкозростаючих ринках. Відповідну практику успішної цінової війни застосовують китайські компанії. Як стверджує Джон Женг (John Zhang), професор з маркетингу у Wharton: Захід і Схід мають тотально різний підхід до цінових воєн. Західні компанії намагаються всіма можливими способами уникати їх, оскільки вважається, що наслідки для організацій можуть бути жахливими. І навпаки — китайські компанії сприймають «розпалювання» війни легітимною і дуже дієвою стратегією розвитку бізнесу.

Одним з прикладів вдалої цінової війни у Китаї є війна, яка відбулася на ринку кольорових телевізорів. У 1996 році компанія Changhong обрала цінову війну як спосіб захоплення ринку, результатом чого стало зростання її частки із 16,6 % до 31 %, а впливовість іноземних брендів на ринку Китаю суттєво зменшилася. Galanz — один з найпотужніших виробників мікрохвильових печей за період з 1996-го по 2000-ий рік ініціювала п'ять цінових воєн, і, як наслідок, сьогодні вона є найбільшим виробником мікрохвильових печей у світі. Її частка на світовому ринку складає 30 %, а на китайському — 76 %.

Для України цінові війни також використовуваний елемент конкурентної боротьби. Поширеними прикладами є цінові війни на ринку пральних порошків, що принесли популярність торговій марці «Гала»; війна між операторами зв'язку «Київстар» і «Vodafone»; також стрибки цін на автомобільних заправках і низькопроцентні позики банків; агресивне зниження цін супермаркетом «Ашан» у протистоянні із «Фозі» у 2015 році.

Висновки і пропозиції: Цінові війни — негативна риса бізнесу XXI століття, вони будуть розгортатися і в подальшому. Війна може розгорітися на будь-якому ринку, але особливо схильні до них ринки, що зростають повільно з високими постійними витратами та низьким рівнем диференціації.

Високий рівень конкуренції є позитивною характеристикою будь-якого ринку. Утім, загострення конкуренції до рівня, коли метою перегонів стає усунення конкурентів з ринку, в довгостроковій перспективі має негативні наслідки як для учасників олігополії, так і для споживачів. У ціновій війні найвищі шанси на перемогу мають компанії, які мають певні переваги над своїми конкурентами (наприклад, нижчі витрати на виробництво товару). У битві за участю компаній з рівними можливостями, як правило, програють всі, тому найкращою стратегією є відмова вступати у неї.

Література:

1. Траут Дж. Маркетингові війни. / Д. Траут, Е. Райс.
2. Тікін В.С. Важливо чітко визначати недобросовісну конкуренцію / В.С. Тікін // Бізнес, менеджмент і право. — 2009.
3. Робінсон Дж. Економічна теорія недосконалої конкуренції.
4. Чемберлін Е. Теорія монополістичної конкуренції: реоріентація теорії вартості.
5. Хайєк Ф. Пізнання, конкуренція і свобода: антологія творів.
6. Хитрова О. А. Особливості конкуренції в епоху глобалізації економічних відносин. http://www.investplan.com.ua/pdf/12_2013/21.pdf
7. Тарасович Т.П. Кравчук І.П. Цінові війни в Україні. http://www.rusnauka.com/15_APSN_2010/Economics/66195.doc.htm
8. Яцишин С.М. Цінові війни в сучасній економіці. https://otherreferats.allbest.ru/economy/00028033_0.html
9. Справочник по экономике. Конкуренция агрессивная. https://economy-ru.info/info/76919/

Батюк І. В.
«Міжнародний бізнес», 1 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри економічної теорії Колядич О. І.

МАКРОФІНАНСОВА СТАБІЛІЗАЦІЯ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ КРИЗИ

Вступ

У даній статті розглянуто основні проблеми на шляху до макрофінансової стабілізації в Україні в умовах хронічних проблем економічного та соціально-політичного характеру та викликів глобальної кризи на фоні пандемії COVID-19, що стало причиною падіння ключових індексів S&P 500 і Dow Jones Index на понад 16 % [1, 2], а також падіння темпів росту реального ВВП у 2020 році у світі до -1,3 %, а у Єврозоні до -4,7 % за даними дослідження Міжнародного інституту фінансів [3] і відповідно вивчено світовий досвід у налагодженні стабільної роботи фінансового сектору економіки. Запропоновано рішення для макрофінансової стабілізації в Україні.

Визначаючи актуальність теми дослідження, варто зазначити, що система стратегічного фінансового планування в Україні та фінансова політика Національного банку України на даний момент не відповідають глобальним викликам і загрозам, а також внутрішнім запитам. У зв'язку з тим, що ця система давно не реформувалась, то навіть прогресивні реформи системи середньострокового бюджетного планування в Україні, не можуть повноцінно вирішити проблему формування повноцінних зв'язків між пріоритетними напрямками розвитку держави та бюджетним плануванням. Водночас система управління державними фінансами спрямована на здійснення контролю витрат і реалізацію короткострокових завдань, що призводить лише до формального забезпечення результативних показників, але не ефективного надання публічних послуг. У зв'язку із чим дослідження основних проблем і перспектив її розвитку з урахуванням європейського вектору та досвіду зарубіжних партнерів є об'єктивно необхідним і нагальним питанням. Адже важливою передумовою економічного розвитку та зростання суспільного добробуту держави виступає саме її стабільність у фінансовому секторі.

Метою даної роботи є аналіз основних проблем у здійсненні фінансової політики та стратегічному фінансовому плануванні Національного банку України, вивчення світового досвіду у питанні макрофінансової стабілізації в умовах глобальної кризи та оцінка можливості

впровадження подібних рішень в Україні, а також пропозиція рішень для хронічних проблем вітчизняного фінансового сектору.

Методи дослідження

У роботі були використані різні загальнонаукові методи дослідження, зокрема статистичний метод для аналізу основних макрофінансових показників і даних Національного банку України, Міністерства фінансів України та Державної служби статистики України; метод порівняння, для співставлення наслідків впливу глобальної кризи на економіки різних країн світу та України; метод гіпотези для формулювання ефективних пропозицій рішень проблем макрофінансової стабілізації.

Огляд фахової літератури

Проблематика макрофінансової стабільності, стратегічного фінансового планування та здійснення фінансової політики держави неодноразово піднімалась у наукових роботах вітчизняних та іноземних науковців. Проте попередній аналіз вітчизняних праць не дає достатньої науково обґрунтованої теоретичної бази щодо вищезазначених проблем. У першу чергу це стосується механізму подолання наслідків фінансової кризи, реформування системи стратегічного фінансового планування та провадження адекватної фінансової політики.

Проблеми фінансової політики досліджували вітчизняні вчені В.П. Хомутенко, В.Г. Баранова, І.С. Волохова, А. Вірченко [4], Ю.Д. Радіонов [5], Т.В. Канєва, І.Я. Чугунов [6], М.В. Тарасюк та ін. Серед іноземних вчених варто відзначити праці Х. Пілла, Л. Рейчлін, Я. Сувальського [7], Дж. Кіма [8] та інших дослідників.

Результати дослідження

Основною ціллю фінансової політики у сучасній демократичній країні з ринковою економікою є забезпечення добробуту населення та фінансової стабільності у державі через прискорення темпів економічного розвитку. Фінансова політика має впливати на рівень зайнятості населення, підтримувати підприємницьку діяльність, сприяти розвитку виробництва в цілому.

Фінансова політика більшості розвинутих країн сформувалась протягом десятиліть і є результатом вирішення внутрішніх і зовнішніх викликів і загроз, що з’являлись у процесі їх історичного розвитку. Після обрання проєвропейського вектору розвитку, для України актуальним є вивчення досвіду наших західних партнерів, зокрема Польщі. За 30 років після виходу із соціалістичного табору, Польщі вдалось провести ефективні реформи в першу чергу у фінансовому секторі, що дозволило їй стати економікою з найбільшими у ЄС темпами зростання [9]. Консалтингова компанія Ernst & Young і дослідницький інститут Oxford Economics включили Польщу до групи 25 ринків швидкого розвитку, що матимуть вплив на світову економіку у наступні десять років.

Серед головних пріоритетів фінансової політики Польщі можна виділити:

- підвищення прозорості та довіри до державних фінансів;
- скорочення дефіциту державного бюджету;
- скорочення видаткової частини бюджету та їх спрямування на програми довгострокового розвитку;
- управління та контроль витрат державних фінансів;
- підвищення економічної ефективності використання витрат держави;
- підвищення ролі фінансового бюджетного планування.

При цьому серед головних проблем у скороченні дефіциту державного бюджету можна виділити структурний дисбаланс податкових надходжень, а саме переважання непрямих податків і недостатній рівень надходжень від податку на прибуток підприємств, що вказує на перешкоди для можливості економічної конкурентоспроможності польської економіки як такої. Вирішення цієї проблеми планують провести за рахунок підвищення податкових ставок та обмеження пільгових категорій оподаткування, ввести ліцензування для окремих видів економічної діяльності. В той же час зростання обсягу зовнішніх інвестицій польських фірм вказує на зрілість польської економіки, про що заявив голова консервативної партії Польщі Я. Качинський [10].

Щоб досягнути позитивного впливу державного боргу, боргова політика у Польщі спрямовувалась на скорочення витрат у довгостроковому періоді. Для досягнення зазначених цілей був запропонований конкретний механізм дій, а саме:

- скорочення запозичень Державним казначейством;
- скорочення дефіциту бюджету країни;
- надходження з бюджету ЄС;
- обмеження обсягів позик, що можуть бути отримані місцевими бюджетами;

- скорочення відрахувань до загальнодержавного Пенсійного фонду;
- спрямування доходів від приватизації державного майна на погашення боргових зобов'язань держави [4, с. 103-104].

Для України польський досвід може стати чудовим методичним прикладом, тим більше якщо враховувати високу ефективність польської фінансової політики та її результати відображені у довготривалій тенденції до зростання ключових макрофінансових показників, зокрема ВВП [11].

Шляхом реформування Україну необхідно зробити привабливішою для ведення бізнесу, ніж наші сусіди, такі як Польща, Словаччина, Угорщина та інші країни Східної Європи. Тут є низка критеріїв: наскільки легко отримати дозвіл для ведення бізнесу в Україні, наскільки легкі умови ведення підприємницької діяльності, наскільки великі ставки податків, наскільки захищені права приватної власності та як працює судова система країни [12]. Цікавим є також досвід Південної Кореї. В умовах післявоєнної розрухи, військового перевороту та кризи Південній Кореї вдалось стати однією з найрозвиненіших економік світу та увійти до Великої двадцятки. За 60 років їй вдалось збільшити реальний ВВП у 60 разів [13], що однозначно є показником успішної макрофінансової політики. Серед основних принципів економічної політики цієї країни варто виділити орієнтацію на власний людський капітал. Велика частина податкових надходжень спрямовується на розвиток освіти та інноваційної діяльності.

В Україні, за корейським прикладом, потрібно сконцентруватись на банківській політиці та тим самим підвищити довіру до банків, а значить підвищити потенційний рівень інвестицій. Розвиток людського капіталу теж має немале значення у підвищенні конкурентоспроможності України в цілому.

В умовах внутрішньої соціально-політичної та економічної турбуленції, актуальним для України є вирішення проблем макрофінансової стабілізації.

Першою проблемою є застарілість та атрофованість системи стратегічного планування. Формування цілісної система стратегічного планування досі не відбувається, що знижує ефективність бюджетного планування та унеможливлює встановлення реалістичних пріоритетів державної фінансової політики. Ефективне надання публічних послуг неможливе, поки державна система управління фінансами спрямована на реалізацію лише короткострокових завдань.

Другою проблемою є надто висока тінізація податкової бази (рис. 1 і 2). Не дивлячись на позитивну динаміку, Україна все ще втрачає до третини податкових надходжень у тіньовому секторі економіки. Відбувається зловживання спрощеною системою оподаткування, для штучної податкової мінімізації масово застосовується практика розмивання податкової бази у співпраці суб'єктів господарювання з низькоподатковими юрисдикціями, тобто офшорами. Внаслідок чого довіра до митних і податкових органів та бажання співпраці з ними зменшуються ще більше. Також наше податкове законодавство має занадто багато «прогалин», що дають змогу підприємствам проводити так звану «оптимізацію податків», а насправді уникати оподаткування частково або повністю, за деякими видами податків.

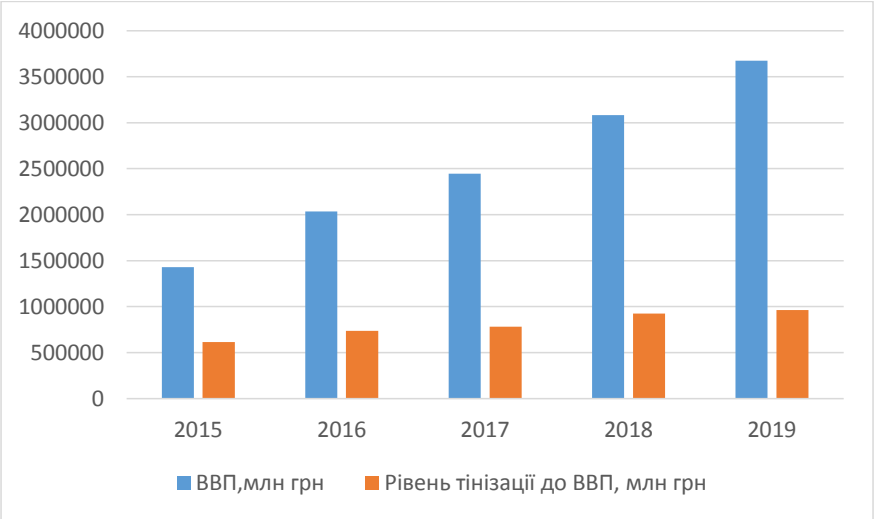


Рис. 1. Тінізація економіки в абсолютному вираженні

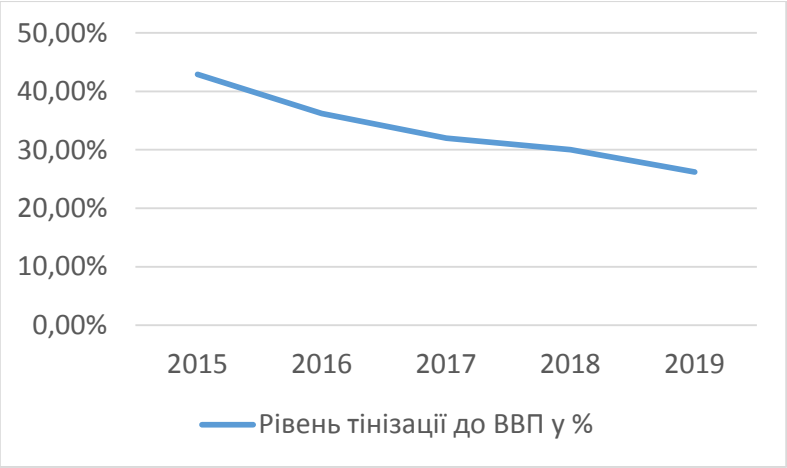


Рис. 2. Тінізація економіки у відсотковому вираженні

Рисунки складено автором на основі даних [15]

Наступною проблемою є великі обсяги державного боргу (рис. 3). Боргові зобов'язання України виражені у валюті надто великі, а пікові боргові виплати та обмеженість доступу до зовнішніх джерел фінансування надмірно тисне надто тиснуть на держбюджет. Це все є результатом невизначеності подальших умов співпраці з МФВ та іншими донорами. У держави відсутні дієвий інструментарій з управління державними запозиченнями та система аналізу боргових ризиків, що призводить до зниження фінансової стабільності, високої чутливості національної економіки до волатильності міжнародних валютних ринків і валютно-курсових змін, гострого ризику по рефінансуванню боргу та настанню боргової кризи, з одночасним посиленням залежності від зовнішніх кредиторів.

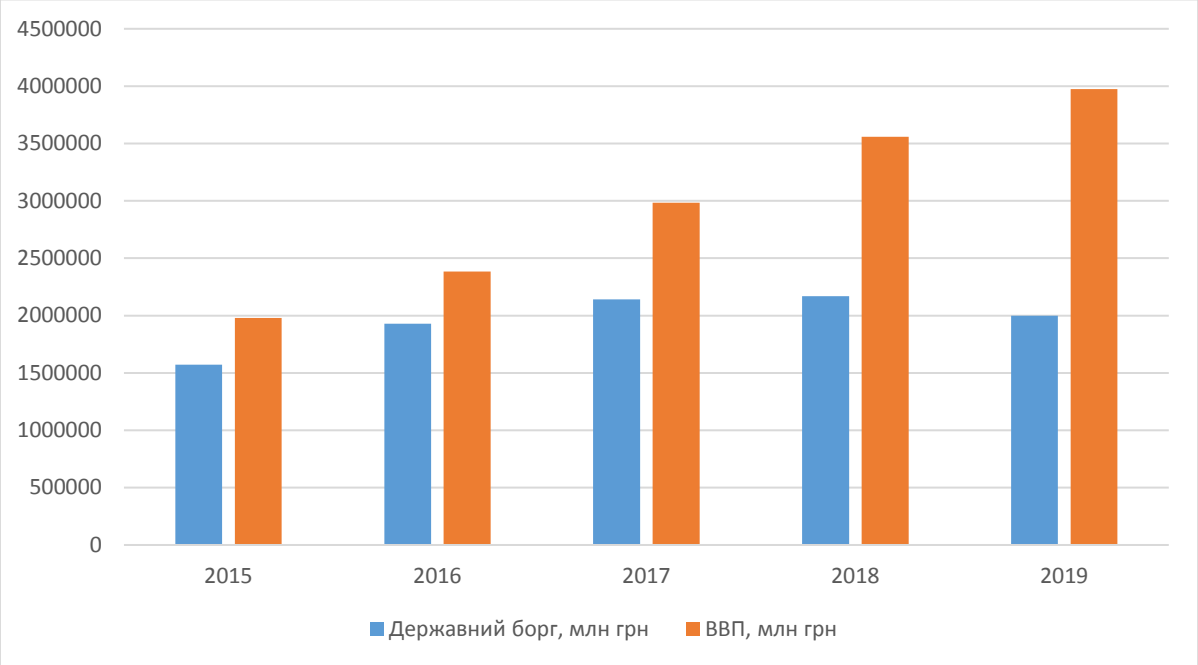


Рис. 3. Порівняльне відношення Державного боргу до ВВП України у абсолютному вираженні

Складено автором на основі даних [16]

Четвертою проблемою є високі темпи інфляції, якщо порівнювати Україну з високорозвиненими країнами (рис. 4). Це пов'язано в першу чергу з розбалансуванням платоспроможного попиту та товарної пропозиції, прихованим емісійним покриттям бюджетного дефіциту, підвищенням адміністративно регульованих тарифів, валютно-курсовими коливаннями, значними обсягами рефінансування банків. Це, в свою чергу, уповільнює відновлення ресурсної

бази банків, провокує додатну динаміку девальвації та обмежує активізацію банківського кредитування, що є необхідною передумовою макроекономічного зростання в Україні.

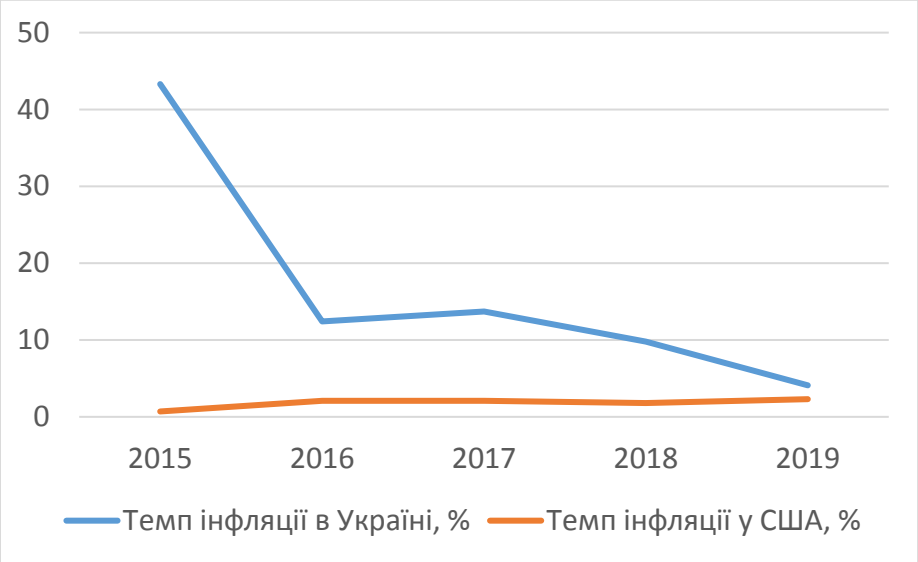


Рис. 4. Порівняльний графік темпів інфляції в Україні та США

Складено автором на основі даних [15, 17]

Висновки і пропозиції

Тепер сформуємо гіпотетичні рішення та рекомендації для макрофінансової стабілізації в Україні. Досягнення позитивних результатів можливе завдяки комплексному підходу, тому зміни у державній політиці мають бути комплексними.

Перш за все потрібно внести зміни у процес здійснення бюджетної політки:

- удосконалити якість методики прогнозування бюджетних надходжень, для правильного формування витратної частини бюджету;
- прийняти новий закон «Про державне стратегічне планування», для реформування існуючої застарілої системи;
- продовжити роботу стосовно повного впровадження оцінки фіскальних ризиків, відповідно до Кодексу фіскальної прозорості МВФ та її практичне застосування у формуванні бюджетної політики в цілому;
- здійснювати регулярний секторальний та горизонтальний огляд видатків бюджету як одного з сучасних інструментів бюджетного аналізу для оцінки їх ефективності та доцільності;
- продовжити роботу з верифікації держвиплат на основі нової автоматизованої інформаційно-аналітичної платформи, що впроваджена у 2019 році;
- підвищити роль державних інвестицій;
- практично запровадити на місцевому рівні середньострокове бюджетне планування;
- розширити залученість місцевого самоврядування до формування до бюджетного процесу на місцях;
- Удосконалювати рівень державного фінансового контролю для досягнення стандартів ЄС.

У подальшому, в процесі здійснення податкової політики:

- провести всезагальне декларування доходів та майна фізичних осіб через «нульові декларації»;
- запровадити податок на виведений капітал;
- налагодити безперебійне функціонування «електронних чеків»;
- переобладнати пункти митного контролю за стандартами ЄС, для мінімізації «сірого» імпорту;
- розробити бюджетну програму для модернізації програмно-технічного забезпечення обліку платників податків та бази оподаткування;
- розробити загальнодержавну Стратегію податкового комплаєнсу.

Далі, у процес здійснення державної боргової політики:

- впровадити систему раннього попередження кризових явищ;
- припинити практику докапіталізації державних банків і підприємств за рахунок державних боргових інструментів, зокрема ОВДП;

- збільшувати питому вагу внутрішніх запозичень у структурі Державного боргу через стимулювання внутрішніх інвесторів, що послабило б валютні ризики;
- продовжити середній строк обігу державних цінних паперів;
- диверсифікувати джерела внутрішніх запозичень за рахунок розвитку вітчизняного фондового ринку, а саме повний перезапуск ринку похідних інструментів, деривативів.

У процесі здійснення монетарної політики:
- продовжувати накопичувати міжнародні резерви;
- стимулювати своєчасне повернення валютних коштів експортерів;
- стимулювати експортерів для скорочення негативного сальдо експорту;
- проводити реструктуризацію проблемну заборгованість;
- попереджувати кредитні ризики банків та управляти існуючою заборгованістю;
- поступово знижувати облікову ставку для здешевлення кредитних ресурсів для реального сектору економіки;
- провести інституційне реформування банківської системи;
- проводити заходи для збільшення прозорості банківських операцій та підвищення довіри населення до них;
- на рівні НБУ — проводити активну роз'яснювальну роботу, стосовно реформ у банківській системі;
- на рівні ВРУ — законодавче врегулювати питання підвищення рівня захисту споживачів фінансових послуг;
- на рівні Фонду гарантування вкладів фізичних осіб — підвищити гарантовану державою суму відшкодування вкладів фізичних осіб, що незмінна з 2012 року.

У результаті дослідження можна резюмувати таке: макрофінансова стабілізація в Україні є комплексною проблемою, що зазнає впливу різних чинників, зокрема внутрішніх соціально-політичного та економічного характеру, а також зовнішніх, що є результатом економічних воєн між США, Китаєм та іншими великими економіками та нафтових воєн між країнами ОПЕК та іншими та вперше в історії у результаті пандемії викликаної COVID-19. Було проведено аналіз фахової літератури та видань, оцінено досвід інших країн у питанні макрофінансової стабілізації в умовах кризи та оцінено можливість застосування подібної політики в Україні. Також ми оцінили ключові проблеми України, що стоять на шляху до покращення основних макрофінансових показників у вітчизняній економіці.

Література:

1. DJIA — The Wall Street Journal [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.wsj.com/market-data/quotes/index/DJIA . — Назва з екрану.
2. DJIA — The Wall Street Journal [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.wsj.com/market-data/quotes/index/US/SPX
3. GMV: Global Recession > The Institute of International Finance [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.iif.com/Publications/ID/3813/GMV-Global-Recession
4. Баранова В.Г., Волохова І.С., Хомутенко В.П. Фінанси : навчальний посібник : у 2-х ч. ; за заг. ред. В.Г. Баранової. Одеса : Атлант, 2015. 344 с.
5. Радіонов Ю.Д. Фінансова політика та проблеми ефективності її реалізації в Україні. Наукові праці НДФІ. 2014. № 4 (69). С. 20–27. URL : file:///C:/Users/User/Downloads/Npndfi_2014_4_4.pdf.
6. Фінансова політика у системі соціально-економічного розвитку України : тези доп. Всеукр. наук.-практ. конф., Київ, 13–14 квітня 2016 р. / Т.В. Канєва та ін. Київ. 2016. 236 с. URL : https://knteu.kiev.ua/file/NzM1OQ==/ab0627d04c0 0563fc649a7575cb93e21.pdf
7. Republic of Poland Rating Report: Public Finance, 20 July 2018. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: file:///C:/Users/User/Downloads/Scope+Ratings_Republic+of+Poland+Rating+ Report_2018+Jul.pdf
8. Економічне диво за одне покоління: Південна Корея — приклад для України. URL : https://news.finance.ua/ua/news/-/400091/ekonomichne-dyvo-za-odne-pokolinnya-pivdenna-koreya-pryklad-dlya-ukrayiny.
9. Target Nominal Income Growth [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.worldbank.org/en/country/poland/overview
10. Economic Policies [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.sginetwork.org/2016/Poland/Economic_Policies
11. Target Nominal Income Growth [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG?locations=PL&view=chart

12. 20 років до Польщі. Експерти розповіли, як виростити в Україні сильну економіку. URL : https://tsn.ua/groshi/20-rokiv-do-polschi-eksperti-rozpovili-yak-virostiti-v-ukrayini-silnu-ekonomiku-714610.html
13. Target Nominal Income Growth [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD?locations=KR&view=chart
14. УКАЗ ПРЕЗИДЕНТА УКРАЇНИ №133/2017 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.president.gov.ua/documents/1332017-21850
15. Державна служба статистики України 2017 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/
16. Міністерство фінансів України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://mof.gov.ua/
17. Графики Инфляции в Соединенных Штатах [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.statbureau.org/ru/united-states/inflation-charts-yearly

Лісовець І. С.
«Економіка»(«Економічна аналітика»), 1 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» Науковий керівник — к.е.н., доцент, професор кафедри економічної теорії Євдокимова Н. М.

ДОСЛІДЖЕННЯ ВІТЧИЗНЯНИХ ДОМОГОСПОДАРСТВ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ЗАКОНІВ ЕНГЕЛЯ

Важливим проявом рівня життя населення є структура витрат домогосподарств. Рівень та структура споживання є важливими індикаторами економічного і соціального стану домогосподарства, тому результати таких досліджень мають велике значення при розробці та реалізації державних програм, спрямованих на усунення диспропорцій у життєвому рівні населення.

Аналіз змін у структурі споживання домогосподарств цікавий представникам торговельного бізнесу, аби ті розуміли, на що, здебільшого, спрямовують кошти наші співвітчизники. Ця інформація потрібна і органам статистки, і Національному банку (для прогнозування рівня готівкових та безготівкових платежів). Також вона необхідна для органів державного управління — для розуміння того, як домогосподарства реагують на ті чи ті події, що відбуваються в країні та її економічному житті.

Метою дослідження є перевірка придатності закону Енгеля у сфері витрат українських домогосподарств, а також виявлення впливу економічного зростання на розвиток населення.

При виконанні цієї роботи були використані методи аналізу, порівняння та групування (при дослідженні структури сукупних витрат домогосподарств), узагальнення (при формуванні висновків).

Дослідженню доходів і витрат домогосподарств приділялось достатньо уваги зарубіжними й вітчизняними вченими-економістами впродовж останнього століття. Проте видатний вклад у формування теоретичних засад зазначеного напрямку економічного аналізу належить Ернсту Енгелю, німецькому вченому-економісту, який творив у XIX столітті, проте економісти та політики досі приділяють велику увагу його висновкам, особливо їх застосуванню в різних економічних контекстах.

У своїх публікаціях (“Виробництво і споживання у Саксонії”, 1857 р., «Книжка рахунків домогосподарки і її значення в економічному житті нації», 1881 р.) Е. Енгель показав, як змінюються великі групи витрат домогосподарств при змінах рівня їхніх доходів. Він вивів важливі принципи, який увійшли в економічну теорію як закони, що носять його ім’я. Зібравши статистичні дані ряду країн за певний період часу, він зазначив: «Обстеження різноманітних бюджетів засвідчило не тільки те, що чим менше дохід, тим більша його частина витрачається на харчування, але також те, що харчування, крім того, погіршується; воно показало далі, що чим менший дохід, тим більша його частина спрямована на фізичне утримання і менша залишається для духовного розвитку» [1, с. 39].

Нами була проведена спроба проаналізувати витрати сучасних вітчизняних домогосподарств через призму законів Енгеля. Отримані результати щодо структури витрат домогосподарств України залежно від рівня доходів підтверджують зазначені закономірності, а саме: зі зростанням середньодушових загальних доходів частка витрат домогосподарств на продо-

вольчі товари зменшується, тоді як частка витрат на непродовольчі товари та послуги зростає. Про це свідчать дані табл. 1.

Таблиця 1

СТРУКТУРА СУКУПНИХ ВИТРАТ ДОМОГОСПОДАРСТВ ЗАЛЕЖНО ВІД РІВНЯ СЕРЕДНЬОДУШОВИХ ЕКВІВАЛЕНТНИХ ЗАГАЛЬНИХ ДОХОДІВ В УКРАЇНІ ЗА 9 МІСЯЦІВ 2019 РОКУ* (У СЕРЕДНЬОМУ ЗА МІСЯЦЬ У РОЗРАХУНКУ НА ОДНЕ ДОМОГОСПОДАРСТВО)

Назва показника	перша децильна група	десята децильна група
Усього сукупних витрат, грн	5181,9	16680,8
Споживчі сукупні витрати	97,0	85,4
Продовольчі товари	62,3	37,9
Непродовольчі товари	23,7	23,7
Послуги	11,0	23,8

*Складена автором за матеріалами офіційної статистики України [2].

За даними табл. 1, частка витрат домогосподарств на продовольчі товари у групі із найнижчими доходами в 1,64 разу перевищує аналогічний показник у групі домогосподарств з найвищими доходами, тоді як частка витрат на непродовольчі товари та послуги є в 1,37 нижчою. Варто зазначити, що показник частки витрат на продукти харчування в сукупних витратах визнається одним з найважливіших показників життєвого рівня, який донині використовується в міжнародній статистиці: домогосподарство вважається бідним, якщо його витрати на продукти харчування перевищують 50 % у структурі сукупних витрат.

Досвід країн з розвинутою ринковою економікою свідчить, що частка витрат на продукти харчування значно нижча за показники в Україні. Так, жителі США, Сінгапуру, Великобританії витрачають на їжу менше 10 % своїх доходів, а в Німеччині, Нідерландах, Південній Кореї — до 15 %. Витратами на харчування в діапазоні 16–25 % характеризуються Польща, Словаччина, Туреччина. При цьому в Білорусі, Грузії, Росії, Узбекистані цей показник знаходиться в межах 30 %. Україна ж займає 93-е місце в загальному рейтингу [3].

Таким чином, результати нашого дослідження підтверджують закони Енгеля, згідно з якими при зростанні доходів зменшується частка витрат на харчування. Водночас, обсяги витрат на їжу збільшуються. Чим розвиненіша і багата країна, тим меншу частку витрат населення виділяє на продукти.

Сучасна міжнародна практика доводить, що в бідніших країнах світу вища частка витрат на продукти, і, зазвичай (є й винятки) менші витрати на оплату житла. Жителі багатих країн більше витрачають на придбання предметів розкоші і на відпочинок, тут зазвичай спостерігається велика частка витрат на задоволення “потреб високого рівня” — придбання необов’язкових послуг (зокрема, туристичних подорожей, розваг) і нерухомості.

Проте слід зазначити загальну тенденцію до зменшення витрат на споживання й відповідного збільшення частки неспоживчих сукупних витрат в Україні, починаючи з 2016 року. Про це свідчать дані, які представлено в табл. 2.

*Таблиця 2**

СТРУКТУРА СУКУПНИХ ВИТРАТ ДОМОГОСПОДАРСТВ В УКРАЇНІ В 2012-2019 РОКАХ

Назва показника	Значення по роках							
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Сукупні витрати в середньому за місяць у розрахунку на одне домогосподарство, грн, з них:	3592,1	3820,3	4048,9	4952	5720,4	7139,4	8308,6	9628,1
споживчі сукупні витрати, %, у тому числі	90,8	90,2	91,6	92,9	93,2	92,9	92	91,2
- продукти харчування та безалкогольні напої, %	50,1	50,1	51,9	53,1	49,8	47,9	47,7	46,4
неспоживчі сукупні витрати, %	9,2	9,8	8,4	7,1	6,8	7,1	8	8,8

*Складено автором за даними офіційної статистики України [4].

Підводячи підсумок, слід зазначити, що проведений аналіз даних сукупних витрат домогосподарств залежно від рівня середньодушових еквівалентних загальних доходів в Україні доводить основні положення закону Енгеля, висунутих ще в середині 19 століття. А саме те, що витрати на харчування зростають у меншій мірі, ніж витрати на предмети тривалого користування, подорожі або заощадження. А структура споживання продуктів харчування змінюється в бік якісніших продуктів. Зростання доходів призводить до збільшення частки заощаджень і споживання високоякісних товарів і послуг при скороченні споживання низькоякісних.

Задоволення потреб членів домогосподарства є важливим показником економічного зростання країни. Ступінь задоволення потреб залежить від доходів домогосподарства. Отже, враховуючи кращі зарубіжні практики, основними завданнями держави є постійне дослідження витрат домогосподарств, формування системи управління витратами, забезпечення стабільного і ефективного розвитку шляхом проведення правильної бюджетно-податкової, грошово-кредитної та цінової політики.

Перспективи подальших розвідок полягають у вивчення структури витрат домогосподарств з різних соціальних прошарків і груп, відібраних за спеціальною методикою, за даними, які подають самі домогосподарства, що ведуть повний облік своїх витрат. Проводячи наскрізний аналіз витрат певних категорій людей, отримаємо точнішу картину життя домогосподарств. Така практика набуває поширення у світі.

Література:

1. Engel E. Das Rechnungsbuch der Hausfrau und seine Bedeutung im Wirt-schaftleben der Nation. Berlin, 1881.
2. Витрати і ресурси домогосподарств України у 2019 році (за даними вибіркового обстеження умов життя домогосподарств). — Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/
3. Рейтинг стран по расходам на еду [Електроний ресурс]. — Режим доступу: https://www.unian.net/
4. Структура сукупних витрат домогосподарств (1999-2018). — Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/

Фомічов А. О.
«Економіка підприємства», 3-й курс,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри економічної теорії Азьмук Л. А.

СИЛЬНИЙ БРЕНД ЯК ПРОЯВ РИНКОВОЇ ВЛАДИ ФІРМИ

Рушійною силою економічного розвитку найбільш розвинених країн світу є малий та середній бізнес. Це підтверджується тим фактом, що, наприклад, малий та середній бізнес займає 99,7 % усіх підприємств країни та створює близько 57 % доданої вартості [1]. Формування та поступовий розвиток ринкової економіки в стимулює відповідний розвиток підприємництва та створення стартапів у багатьох країнах, у тому числі і Україні. Від якості діяльності нових суб'єктів господарювання, їх рівня конкурентоздатності залежить динаміка розвитку економічної системи та конкурентоспроможності країни загалом. Лише сильні компанії здатні конкурувати на міжнародних ринках і захоплювати нових споживачів. Однак за статистикою близько 90 % стартапів зазнають краху та стають банкрутами [2], що є релевантним для всіх країн світу. Причин неспроможності малих компаній сформувати певний рівень ринкової влади є багато, однак одним з найголовнішим є слабкість їх брендів.

Метою даною роботи є обґрунтування, що бренд компанії має значний вплив на рівень ринкової влади та сформулювати механізм, за яким він працює.

При дослідженні проблеми та визначенні шляхів рішення, ми використовували такі методи дослідження: дедукція (метод, який відображає структуру даної роботи, оскільки ми рухалися від гіпотези про роль бренду і намагались це довести емпіричними фактами); статистичний (аналіз кількісного виміру та динаміки економічних явищ); теоретичний (використання загальних термінів, методів, за якими описується предмет дослідження).

Значний внесок у дослідження природи ринкової влади зробили зарубіжні науковці М. Портер, Ф. Шерер, М. Лоренц, Ф. Фішер, Ф. Модільяні, М. Спенс, Ж. Тіроль та інші. Дослідженням даного питання також займались вітчизняні вчені: А. Герасименко, О. Малій, А. Ігнатюк та інші. В сучасних ринкових умовах з високим рівнем конкуренції зростає увага до дослідження питання ринкової влади та шляхів її формування, що відображається в дослідженнях та наукових публікаціях.

Ринкова влада фірми полягає у здатності суб'єкта господарювання (групи суб'єктів господарювання) визначати чи суттєво впливати на умови обороту товару на ринку, не допускати, усувати, обмежувати конкуренцію, зокрема підвищувати ціну та підтримувати її понад рівень ціни, що існував би за умов значної конкуренції [3]. Кожна компанія намагається підвищити цей рівень, оскільки це дозволяє збільшувати рівень прибутковості компанії. Стартапи, які тільки заходять на ринок, мають низький рівень ринкової влади, оскільки мають невеликий обсяг фінансових, виробничих і ринкових ресурсів. Тому для них важливо визначити основні джерела впливу, які їм необхідно розвивати.

Деякі джерела ринкової влади є об'єктивними і не залежать від діяльності конкретної фірми, наприклад, на ринку мобільного зв'язку існує сильний бар'єр входу — потреба в отриманні спеціальної ліцензії, що значно посилює рівень ринкової влади існуючих гравців. Однак є джерела, які знаходяться під контролем компаній і залежать від її діяльності.

У сучасній літературі прийнято виділяти такі основні джерела ринкової влади фірми [4]:

- бар'єри входи на ринок і виходу з нього — сума витрат, які несе входить на ринок фірма або фірма, що покидає ринок;
- диференціація продукції — надання певному товару компанії специфічних рис, які відрізняють його від товарів-конкурентів;
- еластичність попиту — зміна попиту на даний товар під впливом економічних і соціальних факторів, пов'язаних зі зміною цін;
- ринкова концентрація — кількість виробників на конкретному ринку.

Бренд вважається одним із інструментів диференціації продукції компанії, однак у такому підході йому не надається належної уваги. Бренд компанії необхідно винести в окремий фактор формування ринкової влади фірми.

Бренд — це те, яким чином споживачі, партнери, конкуренти та інші суб'єкти господарювання на ринку бачать компанію, з якими атрибутами її асоціюють, це ті емоції, які відчуває клієнт. Бренд має грошове вираження, оскільки він визначає маржу, яку готову заплати представник цільової аудиторії за продукт або послугу. Наприклад, найсильніша світова компанія на ринку косметики — L'Oreal — має вартість бренду в $18 млрд і дохід від бренду в $11 млрд [5]. Лідери ринків мають певний абстрактний вигляд, набір характеристик, який виокремлює їх серед всіх інших. Бренд є поняття абстрактним і дуже універсальним, оскільки описує дуже велику кількість взаємозв'язків, атрибутів, емоцій, принципів, цінностей, ідей, які визначають стратегічну діяльність компанії та рівень ринкової влади.

Важливість формування сильного бренду можна описати за допомогою ряду фактів: споживачі, які мають позитивний емоційний зв'язок із брендом, у 8 разів сильніше довіряють компанії та в 7 разів схильніші здійснювати покупки, ніж ті, у кого він відсутній. Звичайні рекламні повідомлення, які мають рівень емоційного зв'язку з аудиторію хоча б на середньому рівні, можуть підвищувати обсяг продажів на 23 % [6]. Це свідчить про те, що без сильного бренду компанія є неконкурентоспроможною у сучасних умовах.

Бренд диференціює продукцію компанії серед конкурентів, що зумовлює появу поняття «цінової шапки», тобто певний відсоток збільшення ціни за рахунок його іміджу, правильної рекламної комунікації при споживчих характеристиках одного рівня. Наприклад, на ринку смартфонів є деякі пристрої від двох компаній — Apple та Xiaomi, які мають майже однакові споживчі характеристики. Однак Apple має можливість значно підвищувати ціну за рахунок бренду компанії, бажання споживачів переплачувати, але отримати саме iPhone. «Цінова шапка» є індикатором ринкової влади фірми: чим її рівень вище, тим більшу ринкову владу має компанія.

Механізм впливу бренду компанії на рівень її ринкової влади є достатньо простим (рис. 1). Одним із показників, який визначає цей рівень є ринкова частка фірми, тобто відсоток реалізованих товарів або послуг конкретної фірми серед загальних продажів галузі. Частка ринку напряму залежить від лояльної аудиторії, осіб, які бажають купувати саме цю продукцію. Інструментом формування лояльної аудиторії, яка буде обирати саме ваш продукт серед усіх замінників конкурентів, є бренд компанії.



Рис. 1. Механізм впливу бренду на рівень ринкової влади

Існує набір інструментів, за допомогою яких його можна визначити та описати бренд. Його формалізація є обов'язковим елементом при створенні компанії і забезпечує формування сильного бренду. Одним із найефективніших методів його створення, є «колесо бренду»:

1) атрибути — конкретний опис продукту або послуги, який визначає, що ви пропонуєте споживачу, яку потребу вирішуєте та яким чином;

2) переваги — переваги компанії, які описують, чим ви краще за конкурентів у кількісному вимірі (наприклад, на скільки більше продукції ви виготовляється, інвестуєте в сервіс, залучаєте партнерів тощо). Вони діють на раціональну сторону мозку споживача;

3) цінності — це ті переваги, які вже впливають на емоційну сторону світогляду клієнта, це ті переживання та емоції, які ви пропонуєте, та які ви не зможете знайти у конкурента. Факти вказують на те, що більшість людей поводиться ірраціонально при покупках і робить вибір підсвідомо, на емоційному рівні, що зумовлює максимальну важливість цього пункту;

4) індивідуальність — який вигляд мав би бренд компанії, якщо він був би людиною, за якими принципами він веде своє життя, цим цікавиться та що його оточує. Частково ці характеристики перетинаються із портретом цільової аудиторії;

5) сутність бренду — ядро, найбільш важливий пункт, який описує ключову ідею, що описує весь бізнес і визначає, що ви робите унікального та чому споживач повинен обрати саме вас як унікального суб'єкта.

Сформувавши колесо бренду, у компанії в руках є набір готових принципів, ідей, блоків, за якими вона повинна здійснювати свою діяльність, які продукти вона повинна мати, як поводитись та як виглядати. Це питання, на які повинен знати відповідь кожен підприємець.

Відсутність належного рівня знань або бажання займатись брендом компанії і зумовлює поразки та низьку ефективність багатьох стартапів, які вийшли на ринок і взагалі нічим візуально та емоційно не відрізняються від конкурентів. Оскільки рівень його ефективності є суб'єктивним і напряму залежить від особи, яка проводить його побудову, для формування сильного бренду компанії необхідно проводити значну підготовчу роботу до створення стартапу: досліджувати ринок, своїх споживачів, методи роботи конкурентів, їх переваги та недоліки та пропрацювати головну ідею бізнесу, мотиви покупців обирати саме вас. Оскільки ці знання та дані є абсолютно відкритими, тому необхідно розповсюджувати різноманітні освітні курси, підвищувати ефективність освітнього процесу в університетах із підвищенням пріоритету маркетингу для майбутніх підприємців. Це підвищить рівень маркетингового світогляду стартаперів і відповідний рівень ефективності їх діяльності, що приведе до зростання конкуренції на ринках і всебічному розвитку економічної системи.

Література:

1. Чуприна Л. В. Світовий досвід розвитку малого підприємництва та його використання в Україні / Л. В. Чуприна, С. А. Юзовицька. // Економіка та управління підприємствами. — 2019. — №32. — С. 264–270.

2. The Ultimate Startup Failure Rate Report [Електронний ресурс] // Failory. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: https://www.failory.com/blog/startup-failure-rate.

3. Про затвердження Методики визначення монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання на ринку: розпорядження АК від 05.03.2002 № 49-р [Електронний ресурс] // ВРУ — Режим доступу до ресурсу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0317-02.

4. Герасименко А. Г. Ринкова влада: джерела, масштаби, наслідки : монографія / А. Г. Герасименко. — Київ: КНТЕУ, 2014. — 600 с.

5. The World's Most Valuable Brands [Електронний ресурс] // Forbes. — 2019. — Режим доступу до ресурсу: https://www.forbes.com/powerful-brands/list/#tab:rank.

6. Let's Get Emotional: The Future Of Online Marketing [Електронний ресурс] // Forbes. — 2018. — Режим доступу до ресурсу: https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2018/02/26/lets-get-emotional-the-future-of-online-marketing/#4f25b36b4d0c.

Головко Н. В.
Економіка підприємства, 5 курс,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — доцент, к.е.н. Дмитренко А. І.

ОСОБЛИВОСТІ ДІАГНОСТУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ СТАРТАПІВ

Вступ. Реалії сьогодення зумовлюють та заохочують появу нових бізнес-ідей, що характеризуються інноваційністю, амбіційністю та адаптивністю до умов навколишнього економічного середовища. Маючи на меті комерціалізувати таку ідею, її автори створюють стартап, що являє собою компанію-початківця. Основним завданням засновників стартапу є трансформація страртап-ідеї у підприємство, що має власну бізнес-модель, стратегічну орієнтованість та забезпеченість капіталом.

Розвиток стартапу у повноцінне підприємство, що отримує прибуток від реалізації власного продукту, потребує відповідних інвестицій. Зважаючи на високий рівень насиченості ринку стартап-проєктів, інвестори мають приймати зважені рішення щодо розміщення інвестиційного капіталу. З метою визначення адекватної оцінки економічної ефективності, інвестори здійснюють комплексну діагностику стартап-проєкту, яка має свою специфіку.

Метою даного дослідження є визначення особливостей діагностики економічної ефективності стартапів на етапі інвестування.

Актуальність результатів дослідження визначається потребою у виокремленні обґрунтованих індикаторів діагностування економічної доцільності інвестування у стртап-проєкти, в умовах приросту інтенсивності появи нових бізнес-ідей і розвитку ринку бізнес стартапів.

Методологія дослідження поєднує аналіз існуючих методів діагностики економічної ефективності стартапів, їх консолідацію та виокремлення особливостей діагностування, характерних виключно для оцінювання ефективності стартап-проєкту. При вирішенні поставлених завдань були використані так методи дослідження: монографічний метод і метод економічного аналізу.

Дана проблематика, наразі, досліджується низкою світових економістів, таких як Боб Дорф, Стів Бланк, Дмитро Волошин, Фредеріком Лалу та іншими. Дослідження економістів здебільшого присвячені сутності стартапів, особливостям їх функціонування та створення економічної цінності для потенційних інвесторів. Разом з цим багато публікацій досліджують процеси розвитку та популяризації стартап-проєктів, а також розвитку стартапів до так званого статусу «unicorn», що оцінюються у мільйони доларів США. Щодо проблематики діагностики економічної ефективності стартап-проєктів, дана тема не є достатньо популяризованою та висвітленою у розрізі сучасних економічних досліджень. Проте, існує чимало досліджень на тему алгоритму оцінювання стартап-проєкту інвестором. Такі дослідження є основою проведення даного дослідження. Адже керуючись алгоритмом дій інвестора під час прийняття рішення щодо інвестування, можна виокремити особливості діагностування стартапів на даному етапі.

Результати дослідження. Діагностика економічної ефективності стартап-проєктів, як було зазначено раніше, має суттєві відмінності від звичної бізнес-діагностики підприємств. Поява особливостей у процесі діагностування зумовлена неспроможністю інвестора діагностувати ретроспективу компанії, на відміну від вже функціонуючих підприємств та оцінити фінансовий стан компанії. Разом з цим, здебільшого діяльність стартапів супроводжується високим рівнем невизначеності щодо майбутнього компанії. Перелічені фактори значною мірою визначають сутність діагностики стартап-проєктів.

Процес діагностування стартапів складається з алгоритму поетапної оцінки метрик складових окремого стартап-проєкту. Таким чином, можна виокремити два етапи діагностування економічної ефективності стартапів, що передбачають аналіз та оцінювання **вартості стартапу** та його **конкурентоспроможності.**

Кожен з перелічених етапів характеризується власною специфікою, процесами та методиками. Розглянемо кожен етап окремо.

Оцінка вартості стартапу здійснюється з метою обґрунтування доцільності інвестицій і розрахунку розміру отриманого доходу інвестором. Сучасна методологія оцінювання стартап-проєктів налічує чотири базові методи, а саме:

1) метод дублювання витрат. Дозволяє інвесторам обчислити вартість компанії, зосередившись на витратах, що необхідні для дублювання стартапу. Показниками ефективності стартапу за даного підходу є цінність ідей, технологій і продуктів, що розроблені командою. Обмеженість такого підходу полягає у відсутності оцінки майбутнього потенціалу компанії;

2) ринковий метод. Оцінювання стартапу здійснюється на основі попередніх ринкових практик інвестування у схожі стартапи. Таким чином інвестор визначає цінність стартапу, попит на продукт і розміри грошових потоків. На практиці даний метод не завжди спрацьовує, адже природа стартапів полягає у новаторстві, а отже знайти приклад тотожного успішного проєкту майже неможливо;

3) поетапне оцінювання. Метод для визначення факторів ризику та потенціалу проєкту на основі оцінювання досягнень стартапу на кожному етапі його реалізації. Відповідно початкові етапи супроводжуються меншим розміром інвестицій, ніж завершальні, на яких продукується готовий товар;

4) метод дисконтованих грошових потоків. Даний метод застосовується, зокрема, для стартапів і передбачає калькуляцію майбутніх грошових надходжень, на основі чого визначається доцільність інвестування.

Другий етап діагностики передбачає оцінку конкурентної переваги стартапу, складу його команди, місії, візії та цінностей майбутнього бізнесу, а також оцінку наявної ринкової кон'юнктури.

Особливістю стартапів є новаторство та вміння виокремлювати інсайти споживача, проте реалізація нових ідей завжди супроводжується невизначеністю та ризиками. На даному етапі інвестор оцінює новизну та актуальність ідеї, а також наявність суттєвої переваги стартапу у порівнянні з конкурентами. Виокремлення конкурентної переваги та аналіз ринкового середовища дозволить зайняти бізнесу окрему нішу на ринку та віднайти цільову аудиторію.

Команда засновників також суттєво впливає на формування економічної ефективності стартапу. Команда формує культуру, дисципліну та робочу етику стартапу. Наполеглива робота засновницької команди безпосередньо корелює з успіхом фірми. Адже розвиток бізнес-моделі безпосередньо залежить від команди засновників.

Ще однією метрикою діагностування можна визначити місію, візію та цінності майбутнього бізнесу. Дані складові є константами, які інвестор, як правило, не може змінити. Команда має не тільки чітко сформулювати їх, а й транслювати місію та цінності крізь кожен вимір майбутнього бізнесу. Від ступеня відповідності місії та цінностей очікуванням і потребам як споживача, так і інвестора, залежить успіх стартапу в цілому.

Висновки. Особливості функціонування стартапів зумовили появу відповідних методик для діагностування їх економічної ефективності. Враховуючи насиченість ринку новими ідеями для бізнесу, інвестори ретельно оцінюють доцільність капіталовкладень у розвиток стартапу. Діагностування ефективності можна розподілити на два етапи: оцінка вартості стартапу та оцінка його конкурентоспроможності.

Ключовими факторами успіху стартапу є новаторство, клієнтоорієнтованість, продуктивна командна робота та влучне позиціонування. Разом з цим, потенційний продукт стартапу повинен задовольнити як потреби споживача, так і інвестора.

Література:

1. Пікуль В. С. Що таке стартап? [Електронний ресурс] / В. Пікуль — Режим доступу до ресурсу: http://3222.ua/article/scho take startap.htm.
2. Startup Investment Guide [Електронний ресурс] // Board of innovation — Режим доступу до ресурсу: https://www.boardofinnovation.com/blog/startup-investment-guide-10-steps-to-assess-whether-a-venture-is-suitable-for-investment/.
3. Model of start-ups assessment under conditions of information uncertainty [Text] / M. Malyar, V. Polishchuk, M. Sharkadi, I. Liakh // Eastern European Journal of Enterprise Technologies, Mathematics and cybernetics — applied aspects, 2016. — 3/4 (81). — P. 43–49. ISSN 1729-3774. ORCID 0000–0003–4586–1333.
4. High Tech Startup Valuation Estimator [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.caycon.com/valuation.php#bottom
5. Jones O. HOW DO INVESTORS EVALUATE STARTUP PITCHES? [Електронний ресурс] / Oliver Jones — Режим доступу до ресурсу: http://toucanventures.com/investors-evaluate-pitches-oj/.

Нотевський Є. В.
«Економіка підприємства», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент Шергіна Л. А.

ГРАФОАНАЛІТИЧНИЙ АНАЛІЗ ЯК ІНСТРУМЕНТ ОЦІНКИ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ТА ПЕРЕДУМОВА ЗАПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ

Потенціал підприємства є об'єктом постійного дослідження та прикутості уваги чималої кількості вітчизняних і зарубіжних учених. Сміливо можна стверджувати, що здатність бізнес-структури до запровадження інновацій у своїй діяльності напряму залежить від адаптивності та інноваційності її потенціалу. На сьогодні в економічній літературі найпоширенішим і найзручнішим інструментом оцінки потенціалу підприємства є графоаналітичний аналіз.

Графоаналітичний метод «Квадрат потенціалу» уперше був запропонований в працях І.М. Рєпіної в 1998 році [1, с. 20–24]. Передусім, використовуючи даний метод, ми зможемо домогтися встановлення кількісних і якісних зв'язків між окремими елементами потенціалу та визначити рівень його розвитку.

Для наочного відображення даного методу, як приклад, наведемо оцінку потенціалу ТОВ «Все для Даху», яке розміщується в місті Первомайськ Миколаївської області та надає свої послуги в галузі виготовлення та продажу покрівельних матеріалів з 2008 року. Компанія пропонує споживачам повний спектр товарів і послуг для проведення якісних фасадних і покрівельних робіт. Серед пропозицій підприємства: металочерепиця, профнастил, ондулін, водостічні системи, сайдинг вініловий і металевий, а також утеплювачі, пиломатеріали, металопрокат і багато іншого. ТОВ «Все для Даху» орієнтується на ринок південної частини України [2].

Отже, діагностику потенціалу ТОВ «Все для Даху» варто проводити шляхом порівняння комплексної рейтингової оцінки за такими функціональними блоками:

1) «Виробництво, розподіл та збут продукції» (проаналізовано обсяг, структуру та темпи виробництва; фонди виробництва; наявне обладнання та рівень його використання; розміщення виробництва й наявність інфраструктури; стан продажу);

2) «Організаційна структура і менеджмент» (розглянуто ефективність організаційної структури управління; вік персоналу, % до 45 років; рівень освіти, % з вищою освітою; продуктивність роботи; ділові якості менеджерів);

3) «Маркетинг» (передбачає визначення обсягів постачань у південний регіон України; фінансування рекламної діяльності, % до загальних витрат підприємства; фірмовий стиль; ціна за одиницю продукції; витрати на інноваційну діяльність);

4) «Фінанси» (проаналізовано фінансовий стан підприємства за допомогою коефіцієнтів: рентабельності; ефективності; ліквідності; ринкової стійкості).

Відповідно до алгоритму графоаналітичного методу оцінки потенціалу підприємства «Квадрат потенціалу» ми виконали ранжування та підрахували сумарні зважені рейтинги за векторами (*Pj*) по підприємству «Все для Даху» та його основних конкурентах — «Центр Даху», «Будснабзбут», «Покров», «Памір-Буд» і «Дахівник», — що відобразили в табл. 1.

Трансформуємо отриману в ході ранжирування суму місць (*Pj*) у довжину вектора, який створює квадрат потенціалу підприємства (рис. 1). Квадрат потенціалу підприємства має чотири зони відповідно до розділів (к), які застосовані у розглянутій системі показників, та чотири вектори (В) (функціональні блоки), що створюють його. Тому довжини векторів, що створюють квадрат потенціалу підприємства (Вк, де к=1,2,3,4), розраховуємо відповідно до формули:

$$\text{Вк} = 100 - \left(Pj - \sum \text{Кч}\right) * \frac{100}{\sum \text{Кч} * (m-1)}, \quad (1)$$

де ΣКч — сума коефіцієнтів чутливості по кожному показнику, m — кількість підприємств, що розглядається.

Таблиця 1

СУМАРНІ ЗВАЖЕНІ РЕЙТИНГИ ЗА ВЕКТОРАМИ КОМПАНІЙ У ГАЛУЗІ ВИГОТОВЛЕННЯ ТА ПРОДАЖУ ПОКРІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ У ПІВДЕННОМУ РЕГІОНІ УКРАЇНИ

Компанія	Сумарні зважені рейтинги за векторами (*Pj*)			
	«Виробництво, розподіл і збут продукції»	«Організаційна структура управління і менеджмент»	«Маркетинг»	«Фінанси»
«Все для Даху»	37,3	45,4	43,9	48,6
«Центр Даху»	45,2	75,1	87,3	86,2
«Будснабзбут»	47,8	70,9	89,1	96,5
«Покров»	57,7	79,3	64,3	70,5
«Памір-Буд»	35,5	40,3	47,8	72,1
«Дахівник»	60,4	85,2	56,3	97,3
ΣКч:	23	27	31	29
m:	6	6	6	6

Джерело: складено автором.

Визначивши довжину всіх векторів (табл. 2), створюємо квадрат потенціалу ТОВ «Все для Даху» (рис. 1).

Таблиця 2

ДОВЖИНИ ВЕКТОРІВ КОМПАНІЙ У ГАЛУЗІ ВИГОТОВЛЕННЯ ТА ПРОДАЖУ ПОКРІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ У ПІВДЕННОМУ РЕГІОНІ УКРАЇНИ

Компанія / довжина вектора	«Виробництво»	«ОСУ»	«Маркетинг»	«Фінанси»
«Все для Даху»	87,57	86,37	91,68	86,48
«Центр Даху»	80,70	64,37	63,68	60,55
«Будснабзбут»	78,43	67,48	62,52	53,45
«Покров»	69,83	61,26	78,52	71,38
«Памір-Буд»	89,13	90,15	89,16	70,28
«Дахівник»	67,48	56,89	83,68	52,90

Джерело: складено автором.

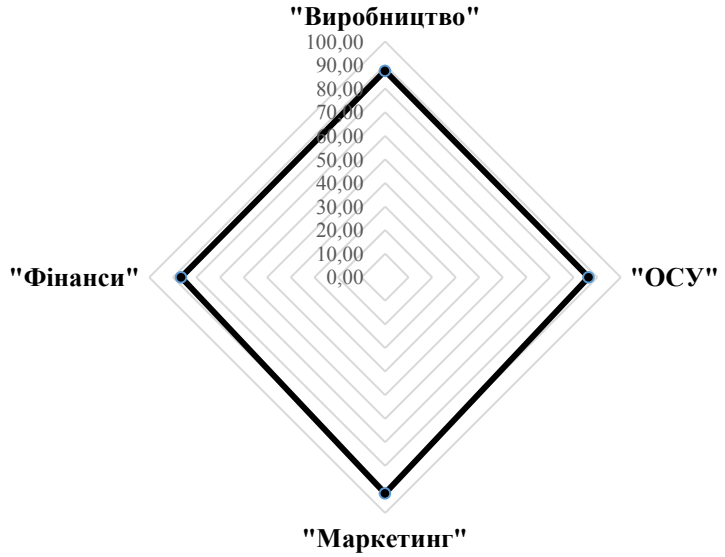


Рис. 1. Квадрат потенціалу підприємства «Все для Даху», працюючого в галузі виготовлення та продажу покрівельних матеріалів

Джерело: складено автором.

Отже, форма квадрата потенціалу ТОВ «Все для Даху» має майже правильну форму, тобто таку, що дуже наближена до квадрата. Це свідчить про те, що дана бізнес-структура має збалансований потенціал, що є основою успіху його діяльності.

Визначаючи розміри векторів, зазначимо, що всі вектори знаходяться в проміжку 70–100 у.о., що свідчить про наявність великого потенціалу у ТОВ «Все для Даху». Зовнішній контур квадрата показує можливості підприємства для розвитку потенціалу до оптимальних параметрів.

Вектори «Організаційна структура і менеджмент» і «Маркетинг» є передумовами подальшого розвитку потенціалу підприємства, а вектор «Фінанси» — це результативний вектор, який надає характеристику рівню успішності функціонування підприємства.

Зважаючи на наявність у ТОВ «Все для Даху» великого потенціалу, то можна стверджувати, що підприємство перебуває в такому етапі життєвого циклу як стадія успіху.

У підсумку варто зазначити, що використання графоаналітичного аналізу забезпечує здатність до формулювання типових заходів стосовно визначених напрямків інноваційної діяльності бізнес-структури з наданням різної характеристики потенціалу, сформованого попиту на ринку, а також усвідомлення того, що стратегічні цілі в розподілі інноваційних ресурсів піддаються змінам та опосередковано дають можливість знаходити першоджерела цих змін. Також позитивною рисою даного методу є створення фундаменту задля процесу розробки та адаптації в подальшому на підприємстві інноваційної стратегії.

Література:

1. Федонін О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навч. метод. посіб. / Федонін О.С., Репіна І.М., Олексюк О.І. — К.: КНЕУ, 2005. — 261 с.

2. ТОВ «Все для Даху»: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://xn-----8kcflbd4c9b1av0j.com.ua/

Подолян Т. В.
«Економіка підприємства», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри бізнес-економіки та підприємництва
Шергіна Л. А.

АДАПТАЦІЙНІ МОДЕЛІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ЗА УМОВИ НЕСТАБІЛЬНОГО БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА

Постановка проблеми. Бізнес-середовище, у якому функціонують сучасні підприємства, є нестабільним та невизначеним, оскільки регулярно відбуваються динамічні зміни. При оцінювання розвитку будь-якого підприємства у XXI столітті враховуються кількісні та якісні зміни, рівень адаптації до мінливого середовища, довготривалість змін, зовнішні та внутрішні інтеграційні процеси та ін. Стратегія розвитку підприємства є тим інструментом, який допомагає пристосовуватися до інтенсивного розвитку економіки та забезпечує стійкість у конкурентному середовищі. Стратегічне управління підприємством передбачає вибір певної моделі розвитку підприємства, проте на даному етапі виникає проблема, оскільки аналіз економічної літератури показав, що відсутня модель, яка є універсальною.

Постановка мети. Метою дослідження обраної теми є визначення трактування поняття “розвиток підприємства”; дослідження основних характеристик розвитку підприємства; аналіз моделей розвитку підприємства у нестабільному бізнес-середовищі.

Актуальність результатів проектного дослідження. Сучасний розвиток економіки характеризується поширенням глобальної кризи, безперервною зміною умов функціонування підприємств, зростанням кількості зовнішніх і внутрішніх факторів, які впливають на підприємство, а також стрімкою динамічністю та невизначеністю. Наявність процесів глобалізації та ризиків, які спричиняють невизначеність вимагають детального аналізу моделей розвитку підприємства, оскільки процес розробки стратегії є поетапним, циклічним і безперервним.

Методи дослідження. При дослідженні застосовувалися такі методи: абстрактно-логічний, статистично-економічний і метод системного аналізу.

Огляд фахової літератури**.** Процес розвитку підприємств розглядається вітчизняними та іноземними науковцями тривалий час, тому, залежно від рівня науково-технічного прогресу та конкуренції на ринку, існує велика кількість поглядів у економічній літературі. Найвідомішими серед іноземних науковців, які займалися дослідженням розвитку підприємства, є І. Ансофф, А.А. Томпсон та А.Дж. Стрікленд, М. Портер, Ф. Котлер, Г. Армстронг, Дж. Сондерс, В. Вонг та ін. Значну увагу приділили вітчизняні науковці: Р. Побережний, О. Кузьмін, Т. Надтока, Г. Какуніна, Ю. Погорєлов, В. Кифяк тощо. Дослідниками моделей розвитку підприємства були А. Даун, Г. Ліппітт і У. Шмідт, Б. Скотт, У. Торберт, М. Вайсброд, Дж. Кімберлі, І. Адізес, Л. Грейнер, Ю. Мироненко та ін.

Результати дослідження. Аналіз економічної літератури, дозволяє зробити висновок, що поняття "розвиток підприємства" є багатоаспектним, тому це спричинило наявність вузького та широкого трактувань: за вузьким — розвиток підприємства є результатом зміни напрямків діяльності підприємства, зумовлений впливом внутрішніх і зовнішніх факторів; відповідно до широкого, розвиток підприємства — це безперервний процес, який забезпечує появу нових, не характерних раніше, характеристик (якісних і кількісних) бізнес-процесів підприємства, який здатний забезпечувати швидку адаптацію до мінливих змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі та виявлення факторів впливу, які негативно впливають на функціонування підприємства.

На основі усіх джерел, які досліджувалися, можна узагальнити, що розвиток підприємства — це процес якісних і кількісних змін відповідно до поставлених цілей підприємством, що призводить до адаптації підприємства в умовах мінливих економічних умов та задоволення інтересів стейкхолдерів.

Розвиток підприємства відбувається відповідно до визначених цілей, стратегій, наявних ресурсів, зовнішніх факторів, ресурсних і функціонально-організаційних елементів. Проте розвиток підприємства не може бути ефективним, якщо стратегія розвитку буде відрізнятися від довгострокових цілей підприємства, не врахуватиме інтереси топ-менеджменту та не відповідатиме стратегічним напрямам діяльності.

Побудова стратегії розвитку будь-якого підприємства відбувається на основі моделей розвитку. Дані моделі, залежно від стану розвитку економіки на момент формування, мають певні відмінності. Проте більшість моделей враховують такі фактори: розмір і вид діяльності підприємства, внутрішнє та зовнішнє середовище, стадію життєвого циклу тощо. На рис. 1 відображено найвідоміші моделі розвитку підприємства. Попри те, що є класичними, є неактуальними для оцінювання розвитку підприємства у сучасних економічних умовах, оскільки не враховують мінливість глобальної економіки.

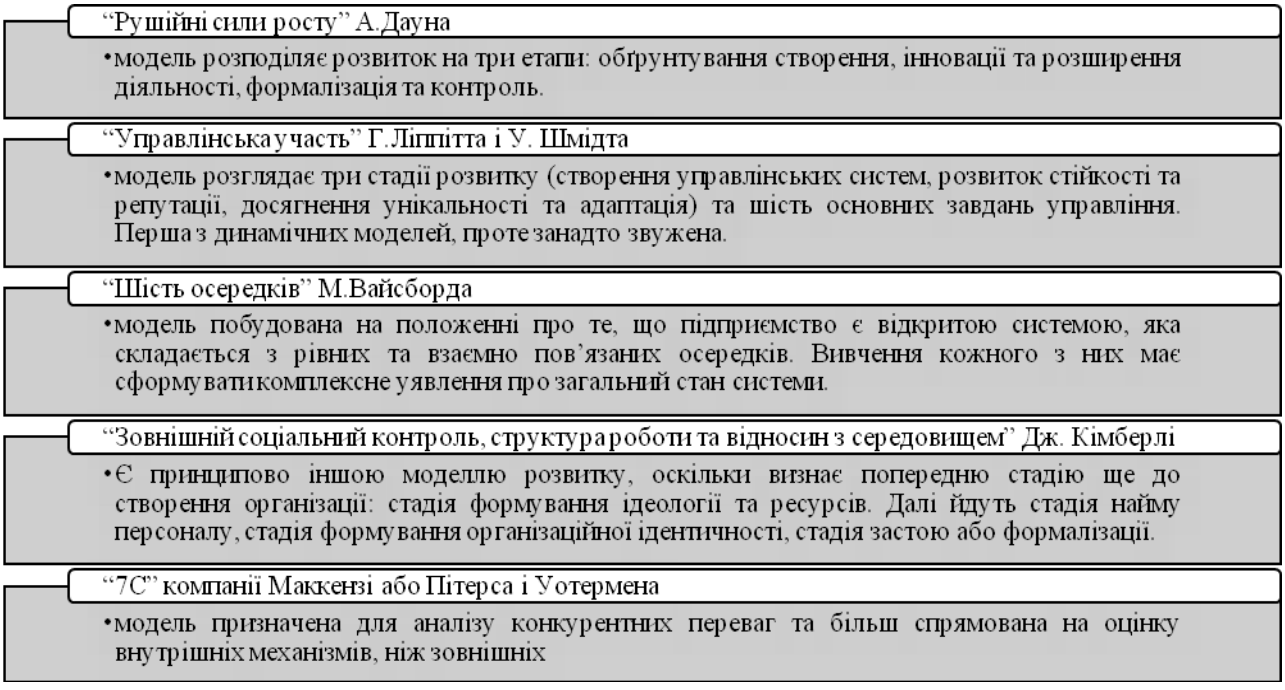


Рис. 1. Класичні моделі розвитку підприємства

Джерело: розроблено автором на основі [1–5].

На даний час розвиток підприємства оцінюється за однією із двох моделей — моделлю Адізеса та моделлю Л. Грейнера. За моделлю Л. Грейнера, виокремлюється п'ять етапів розвитку підприємства, які змінюються залежно від криз у діяльності, проте якщо підприємство не здатне подолати кризу — воно перестає функціонувати [6]. Ця модель враховує мінливість бізнес-середовища, проте не враховує розміри підприємства, характеризує тільки управлінську систему підприємства, а не його розвиток.

Іншою моделлю, яка використовується, є модель І. Адізеса, яка базується на думці, що розвиток підприємства аналогічний до розвитку живого організму [7]. Критеріями формування стадій життєвого циклу підприємства А. Адізеса є гнучкість (характеризується можливістю підприємства реагувати на мінливість зовнішнього та внутрішнього середовища) та контрольованість (наявність механізмів регламентації обов'язків та контролю їх виконання). За моделлю І. Адізеса життєвий цикл розвитку будь-якого підприємства має дев'ять послідовних етапів.

Розглянуті моделі розвитку підприємства І. Адізеса та Л. Грейнера використовуються у сучасних економічних умовах та є високоефективними, проте не актуальні при оцінці розвитку вітчизняних підприємств, оскільки не враховують необхідні витрати для подолання кризових явищ у функціонуванні підприємства.

Для вітчизняних підприємств було розроблено модель Ю. Мироненком і А. Терехановим [8]. Дана модель враховує розмір витрат на розвиток підприємства та перелік антикризових заходів на кожному з етапів , які коригуються відповідно до актуального рівня розвитку. Кожен етап розвитку підприємства пов'язаний з елементами управління підприємством (формулюванням місії, виокремленням цілей загалом і для підрозділів, плануванням, забезпеченням стратегічного та оперативного управління та системою регулювання діяльності). Проте модель Ю. Мироненка і А. Тереханова має недоліки, оскільки не враховує витрати на інноваційні науково-дослідні розробки підприємств.

Висновки і пропозиції. Визначено, що розвиток підприємства є циклічним процесом, спрямованим на вдосконалення існуючої стратегії підприємства. Існує багато моделей розвитку підприємства, розроблених вітчизняними та іноземними науковцями, проте більшість із них не відповідають запитам сучасного мінливого бізнес-середовища, а придатні для стабільних ринкових відносин. Моніторинг усіх моделей розвитку підприємства дозволяє зробити висновок, що усі вони передбачають заходи задля осягнення поставлених цілей. Адаптаційними моделями, які застосовуються у сучасних умовах є моделі розвитку І. Адізеса та Л. Грейнера, проте вони не є актуальними для українських підприємств. Було проаналізовано модель, розроблену Ю. Мироненко та А. Терехановим, що рекомендується для використання на підприємствах України завдяки можливості оцінювання розміру витрат на розвиток і вибору антикризових заходів на кожному з етапів розвитку. Проте, на нашу думку, моделі економічного розвитку вивчені не достатньо ґрунтовно, тому існує необхідність подальшого дослідження.

Література:

1. Downs A. The Life Cycle of Bureaus / A. Downs // Inside Bureaucracy. — N.Y.: Harper and Row, 1967. — P. 296-309.
2. Lippitt, Gordon L. and Warren H. Schmidt. Crises in a developing organization // Harvard business review, vol. 45, no. 6, November-December 1967, P. 102-112.
3. Weisbord, M.R. Organizational Diagnosis: A Workbook of Theory and Practice, Addison-Wesley Publishing Company, USA
4. Kimberly J.R. The Organizational life cycle: issues in the creation, transformation, and decline of organizations./J.R. Kimberly, R.E. Miles// San Francisco: Jossey-Bass.–San Francisco,1980. — 492 p
5. Питерс Г., Уотермен Р.В поисках эффективного управления: опыт лучших компаний. Пер. с англ. / 0бщ. ред. И вступ. ст. Л.И. Евенко. — М.: Прогресс, 1986. 424 с.
6. Greiner L. Evolution and Revolution as Organazations Grow. / L. Greiner // Harward Bussiness Revew. — Harward, 1972. — August. — 156 p.
7. Adizes I. Corporate Lifecycles: How and Why Corporations Grow and Die and What to Do about It. Englewood Cliffs / I. Adizes. — N.J. : Prentice Hall, 1988.
8. Мироненко Ю. Д. Организационное развитие компании [Електронний ресурс] / Ю. Д. Мироненко, А.К. Тереханов. — Режим доступа: http://www.cfin.ru/management/strategy

Уницька Г. Ю.
«Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», 5 курс
ДВНЗ "Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана"
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри
бізнес-економіки та підприємництва Дзюбенко Л. М.

УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЮ СКЛАДОВОЮ АКТИВІВ СУЧАСНИХ БІЗНЕС-ОРГАНІЗАЦІЙ

Сучасна економіка, що орієнтується на всебічне використання знань, розглядає підприємство як складну інноваційну систему, що дозволяє забезпечити реалізацію циклу «дослідження — впровадження у операційний процес». Сьогодні управління інтелектуальним потенціалом є складним і важливим завданням управління. Ось чому постає питання пошуку (або ж створення) нових методів і підходів його оцінювання.

Управління інтелектуальним потенціалом сучасного бізнес-суб'єкта має свої особливості. До них відносять: компетенції, здібності, технології, інтелектуальні ресурси, ефективні комунікації, інноваційна активність тощо. Ці особливості значною мірою впливають на розвиток інтелектуального потенціалу. Зважаючи на викладену проблему, варто зазначити і мету дослідження: аналіз і вдосконалення теоретико-методологічних положень і науково-практичних рекомендацій щодо механізму управління інтелектуальними потенціалом сучасних бізнес-організацій.

У постіндустріальній економіці як домінанта виступають нематеріальні цінності, і конкурентна перевага досягається за рахунок знань, умінь і творчих доробок, тобто нематеріальних активів. Зазначена актуальність призвела до цілеспрямованого дослідження інтелектуальної складової сучасного підприємства та ефективних методів його управління в еру цифрових технологій.

Дослідження, описані в даній роботі, були проведені з використанням таких методів: спостереження, порівняння, аналізу, моделювання, узагальнення.

Проблема ефективного управління інтелектуальним капіталом, як основи інтелектуального потенціалу організації, і досі вивчається зарубіжними та вітчизняними науковцями. Серед них: Брукінг Е., Мільнер Б., Городянська Л.В., Диба Л.М., Козирьов А.М., Островська Г. Й. та ін. [1–6].

Ефективне використання інтелектуального потенціалу промислових підприємств передбачає наявність адекватного внутрішньо фірмового механізму управління інтелектуальним потенціалом, що забезпечує регулярні управлінські дії суб'єкта відносно об'єкта управління в процесі досягнення цільових рубежів.

Під механізмом управління інтелектуальним потенціалом підприємства йдеться про сукупність способів забезпечення взаємопов'язаної діяльності функціональних підрозділів підприємства з метою ефективного використання можливостей підприємства для розвитку його конкурентних переваг у рамках встановленої організаційної структури [5].

У контексті організації управління інтелектуальним потенціалом інноваційних підприємств промисловості пропонуємо вдосконалення методичного підходу, що передбачає поетапну реалізацію управління за відтворювальними стадіями циклу інтелектуалізації персоналу: прогнозування й планування, формування, розвитку, використання й перетворення інтелектуального потенціалу персоналу інноваційного бізнес-суб'єкта в його економічний потенціал.

Якщо розглядати інтелектуальну складову в системі функціонування підприємства, варто зазначити, що вони включаються до нематеріальної складової активів підприємства.

Для того, аби виявити причинно-наслідкові зв'язки між системою управління нематеріальними активами та результатами діяльності підприємства загалом, варто скористатися кількома підходами. Перший: вартісно-орієнтований підхід, який дозволяє оцінити ефективність використання нематеріальних активів крізь призму капіталізації вартості підприємства. Для вирішення проблеми використання нематеріальних активів залежно від структурного розподілу всіх активів підприємства використовують два методи: традиційний та інноваційний. Принциповою відмінністю традиційного методу від інноваційного є реалізація останнього як базису при створенні стратегічної системи управління активами, відкидаючи традиційне підвищення їх цінності в бухгалтерському та управлінському видах обліку.

Стратегічний підхід ґрунтується на впровадженні такого інструменту, як ринкова капіталізація — ключового цільового стратегічного показника підприємства, який обчислюється як

дисконтована сума очікуваних грошових потоків від використання нематеріального активу. Цех підхід вимагає виконання певної послідовності дій, а саме:

• формування системи стратегічних цілей і завдань у сфері формування та використання нематеріальних активів;

• дослідження ринків, на яких діє підприємство, в розрізі виявлення стратегічно важливих напрямків;

• формування переліку і вимог до нематеріальних активів;

• інвентаризація нематеріальних активів, у тому числі фонду знань, накопичених підприємством;

• формування комплексу управлінських заходів, спрямованих на підвищення ефективності використання та створення стратегічно цінних нематеріальних активів;

• формалізація нематеріальних активів шляхом реєстрації прав, незалежної оцінки, обґрунтування стратегічної цінності таких активів для потенційних інвесторів і клієнтів [5].

Особливо зростає роль експертної оцінки при визначенні вартості унікальних цілісних майнових комплексів (сюди можна віднести й інтелектуальну складову нематеріальних активів). Конкретні методи експертної оцінки вартості цілісних майнових комплексів розглядаються в спеціальній літературі [6].

Отже, було визначено, що при управлінні інтелектуальною складовою активів на сучасному підприємстві існує ряд особливостей, що не притаманні традиційним методам управління активами. Саме ця складова є найменш дослідженою сучасними науковцями, хоча дозволяє підвищувати показники результативності підприємства та впливати на рівень його конкурентоспроможності.

У зв'язку з недосконалістю існуючих методів оцінювання та управління інтелектуальним потенціалом сучасним бізнес-організацій, вважаємо за доцільне продовження цих досліджень, направлених на визначення основних складових, що використовуються за існуючих методів, а також розроблення якісно нових методів оцінювання інтелектуальної складової активів.

Література:

1. Brooking, A. Intellectual capital: Core asset for the third millennium enterprise/A. Brooking. — New York: International Thomson Business Press, 1996. — 224 p.
2. Мильнер Б. Организация творческой деятельности: основные принципы и цели [Електронний ресурс] / Б. Мильнер // Проблемы теории и практики управления. — 2011. — Вип. 7. — Режим доступу: http://milner-bz.ru/cntnt/right-menu/stati.html
3. Городянська Л.В. Управління інтелектуальним капіталом і забезпечення підприємства інтелектуальними ресурсами //Актуальні проблеми економіки — 2008, 127с.
4. Козырев А. Н. Оценка интеллектуальной собственности и нематериальных активов [Электронный ресурс] / А. Н. Козырев // Режим доступа: www.cfin.ru/fianalysis/value/intangibles_ and_intel 1.shtml.-2002.
5. Островська Г. Організаційно-економічний механізм управління інтелектуальним потенціалом промислових підприємств / Галина Островська // Галицький економічний вісник. — Т.: ТНТУ, 2019. — Том 57. — № 2. — С. 89–98. — (Економіка та управління підприємствами).
6. Мостович Є. Ю. Формування та ефективність використання нематеріальних активів підприємства [Електронний ресурс] / Є. Ю. Мостович, А. О. Заїнчковський // Формування ринкових відносин в Україні. — 2016. — № 4. — С. 43–46. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/ UJRN/frvu_2016_4_13

Коломоєць А. О.

Підприємництво, торгівля та біржова діяльність, IV курс

ДВНЗ "Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана"

Науковий керівник — к.е.н., доцент Махова Г. В.

ОБҐРУНТУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ІДЕЇ РОЗВИТКУ ДІЯЛЬНОСТІ «ЗЕФІР. СОЛОДКА МАЙСТЕРНЯ»

Мета дослідження полягає в обґрунтуванні ідеї розвитку існуючого бізнесу та визначенні напрямів розвитку кондитерської з натуральними солодощами "Зефір. Солодка майстерня".

“Зефір. Солодка майстерня” займається діяльністю з вироблення та продажу кондитерських виробів. Кондитерська заснована у 2017 році та підприємницька діяльність ведеться від фізичної особи-підприємця. Основним продуктом кондитерської є зефір (понад 20 смаків), мармелад, маршмеллоу, а також різні види печива, пряники. “Майстерня” створює веганські та безглютенові десерти, а також на замовлення виготовляються торти та шоколад. Всі продукти власного виробництва, і, принципово без домішок, консервантів і барвників.

Діяльність ведеться в орендованому приміщенні, яке облаштоване під невелику кав’ярню, де відвідувачі можуть придбати продукцію з собою, замовити чай/каву/морозиво, зробити індивідуальне замовлення, також оформлюються замовлення он-лайн через Instagram та Facebook, Viber з подальшим самовивозом чи доставкою кур’єром або «Новою поштою», «Justin».

Так як замовлення можна здійснювати он-лайн, то конкурентами “Майстерні” є не тільки підприємства, що здійснюють свою діяльність у Києві, а також і ті, що діють на території України, наприклад, такі виробники, як Marshmellow, Zefirium, Tanin Zefir, Sweetanok. Якщо говорити про торти під замовлення, тут існує значна конкуренція серед індивідуальних кондитерів. Серед конкурентів “Зефір. Солодка майстерня” вирізняється натуральним складом продукції, а також тим, що при приготуванні продукції не використовуються штучні барвники. Також конкурентною перевагою є наявність кав’ярні, в якій споживачі можуть спробувати зефір та посмакувати кавою, та одразу придбати продукцію додому.

Власники бізнесу прагнуть реалізувати певні цілі: 1) збільшення обсягів продажу, відповідно, збільшення частки ринку; 2) створення власної ТМ; 3) вивід продукції у торгівельні мережі; 4) підвищення впізнаваності бренду; 5) йормування та підтримка лояльності до бренду.

Досягти поставлених цілей і вирішити потреби підприємства можливо, в першу чергу, через відкриття власного виробництва (цеху) зі створення натуральних солодощів (оскільки сьогодні продукція виготовляється на орендованій кухні, що суттєво обмежує обсяги виробництва). Наступним кроком є розвиток збуту — через вихід у торговельні мережі та активне просування в Інтернет.

Аналіз статей, статистичних даних, результати досліджень таких компаній, як Ukrainian food export board, NLSN, Pinterest, а також Міністерство економічного розвитку і торгівлі України, Державна служба статистики України, дозволяють зробити такі висновки:

По-перше, останні роки посилюють тренди здорового способу життя та правильного харчування. Люди розумніше ставляться до складу харчових продуктів, але багато хто не хоче відмовлятися від солодкого, а прагне споживати саме натуральні солодощі без зайвого цукру, консервантів, фарбників тощо.

Інтерес до правильного харчування, за даними аналітиків Pinterest у 2019 році зріс на 140 % і буде зростати найближчі 5 років [1].

За даними дослідження Асоціації рітейлерів України, 73 % споживачів України стверджують про готовність платити більше за продукти харчування та напої, виробники яких у відкриту говорять про походження і приготування свого продукту, продукти, на яких є детальний опис складу і в яких переважають натуральні компоненти [2].

Експерти харчової та переробної промисловості України кажуть про те, що: “Зростаюча популярність здорової їжі та органічних харчових продуктів означає, що українські виробники, які бажають працювати у відповідному сегменті, повинні слідувати цьому тренду та належним чином адаптувати свої рецепти і асортимент” [3, с. 4].

По-друге, проаналізувавши попит на ринку кондитерських виробів можна зазначити, що він є зростаючим. За 2018 рік було вироблено 187,6 тисяч тонн кондитерських виробів з цукру, до яких і відноситься зефір, мармелад, маршмеллоу, що на 3,8 % більше ніж у попередньому році [4]. Кондитерський ринок є насиченим, але все ж постає проблема розробки натуральних солодощів, зі зменшеним вмістом цукру та штучних добавок, які мають підвищену харчові і біологічну цінність, та які подобалися б дорослим і дітям. Тенденцію до споживання корисних солодощів може продемонструвати така статистика: “У 2019 році в Україні виробництво цукровмісних кондитерських виробів склало 47 тис. т, що на 27 % менше, ніж у 2018 році [5].”

За даними дослідження Nielsen українці намагаються уникати продуктів з штучними смаковими добавками і барвниками (80 %), антибіотиками та гормонами (80 %), а також ГМО (74 %). Згідно з результатами опитуванням, чисельність українських покупців, які бажають бачити цілком природні продукти на полицях магазинів, дорівнює 80 % [6].

За даними Pro-consulting, станом на 2018 рік, витрати українців на їжу зросли майже в 2 рази, порівняно з даними про аналогічні витрати 5 років тому, при цьому 12 % всього спожи-

вацького бюджету вони віддають на солодощі. Україна входить у топ країн зі споживання кондитерських виробів: середньостатистичний українець в рік споживає 15 кг солодощів. Вподобання українців відрізняються також за віковою категорією, наприклад, молодь робить вибір у сторону батончиків і шоколаду, людям похилого віку до смаку більше борошняні вироби. Але в усіх вікових групах спостерігається попит на цукерки та печиво на вагу [7].

По-третє, як відзначалось вище, основною метою є створення власного виробництва, щоб відповідно задовольняти постійний попит споживачів, адже на даному етапі не вистачає виробничих потужностей для збільшення обсягів продукції.

Для реалізації даної ідей варто звернути увагу на програму кредитування малого бізнесу «5-7-9», яка створена з метою спрощення отримання малим і середнім бізнесом кредиту задля інвестиційних цілей, наприклад для придбання або модернізації основних засобів, будівництва, ремонту або реконструкції приміщень. Завдання програми є співставними із завданням проектного дослідження, а саме посилення конкурентоспроможності мікро та малого бізнесу, створення додаткових робочих місць.

По-четверте, є можливість, при збільшенні обсягів, поширення продукції в кав'ярні та торговельні мережі, такі як Еко-лавка, Сільпо. Також при умові створення власного виробництва "Майстерня" мала б змогу створювати корпоративні подарунки для українських компаній. Про що це каже: при збільшенні обсягів власної продукції є різні альтернативні шляхи ведення бізнесу так, щоб він не тільки залишався стабільним, а ще й зростав.

Висновком цього дослідження може бути, те що передумови для створення власного виробництва є об'єктивними і реальними. По-перше, тренд на натуральність, який зберігається вже кілька років і в подальшому буде зростати. По-друге, державна програма "5-7-9" може забезпечити необхідне фінансування для створення власного виробництва. По-третє, при збільшенні обсягів продукції є можливості для підтримки та розвитку бізнесу: кав'ярні, корпоративні подарунки, торговельні мережі.

Література:

1. Pinterest 100: The top trends for 2019. — Режим доступу: https://newsroom.pinterest.com/en/post/pinterest-100-the-top-trends-for-2019
2. Аналітичні статті : Nielsen Holdings plc (NYSE: NLSN). — Режим доступу: https://www.nielsen.com/ua/uk/insights/article/2016/health-and-ingredient-trends-for-web/
3. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України: Секторальна експортна стратегія 2019-2023. — Режим доступу: file:///Users/ann/Downloads/Food_and_Beverages_Sector_UKR_fin_1809.pdf
4. Інформаційно-аналітичний звіт по ринку кондитерських виробів від 11.07.2019 р. — Режим доступу: Інформаційно-аналітичний звіт по ринку кондитерських виробів за червень-липень
5. УКРЦУКОР. Національна асоціація цукровиків України. — Режим доступу: http://ukrsugar.com/uk/post/v-ukraini-virobnictvo-cukrovih-konditerskih-virobiv-na-tretinu-zmensilosa?sec=novini-ukraini
6. Аналітичні статті : Nielsen Holdings plc (NYSE: NLSN). — Режим доступу: https://www.nielsen.com/ua/uk/insights/article/2017/we-are-what-we-eat/
7. Аналітика: Коментарі компанії Pro-Consulting. — Режим доступу: https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/ukraincy-tratyat-na-sladkoe-vdvoe-bolshe-deneg-chem-pyat-let-nazad-kolonka-aleksandra-sokolova-generalnogo-direktora-pro-consulting-mind

Хан М. І.
«Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», магістр
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — д.е.н, професор, завідувач кафедри бізнес-економіки та підприємництва Рєпіна І. М.

МОДИФІКАЦІЙНІ ЗМІНИ ПРОДУКТОВОГО РИТЕЙЛУ УКРАЇНИ В УМОВАХ COVID-19

Вступ. Для більшості компаній процес виживання став порядком денним. Інші думають над корегуванням стратегії розвитку після закінчення карантину. Поки ніхто не може сказати скільки триватиме ця криза і які будуть її наслідки, проте всі переконані, що бізнес не повернеться до тих умов, що були раніше. У наявній безпрецедентній реальності ми будемо учас-

никами кардинальної економічної, соціологічної та технологічної перебудови. Тому актуальним постає питання дослідити рівень адаптації українського фуд ритейлу до кризових умов з урахуванням: сьогоденна короткотривала поведінка споживачів стане постійною; карантин закінчиться у новій економічній реальності з глибоко зміненою комерційною поведінкою, а рівень конкуренції вийде на новий рівень.

Мета дослідження здійснити системний аналіз пристосування учасників українського ринку FMCG до тенденцій сформованих світовою пандемією.

COVID-19 приніс не лише падіння цін акцій компаній, кризовий стан у туристичній, логістичній, розважальній та банківській сферах, а й негативні тенденції у фуд ритейлі. За дослідженнями консалтингової компанії Retail&Development Advisor найбільші мережі супермаркетів констатують про падіння товарообігу, не дивлячись на ажіотажний попит у перші дні карантину. Так, у магазинах, що розташовані у ТРЦ і не в житлових районах, зниження товарообігу коливається у межах 15–70 %; магазини, що розташовані в багато людних місцях ,втратили від 50 до 80 % товарообігу [3]. Середня сума чеку магазинів біля будинку зростає, проте відбулося зменшення транзакцій на третину.

Дані компанії Pro-Consulting свідчать, що у 2019 році український ринок доставки продуктів мав обсяги продажу понад 20 млрд грн, 2020 рік зробив прорив і наприкінці ми можемо отримати обсяги обігу у розмірі 50 млрд грн. За багатьма прогнозами ситуація на сьогодні може раз і назавжди закріпити цей канал грошового потоку для гравців ринку FMCG. Наступний виграш — це онлайн замовлення — зростання популяризації доставки продуктів.

За попередніми даними фуд ритейл в онлайн замовленнях на початку року становив 0,2–0,5 %, а на сьогодні ця частка зросла до 1–3 % [5]. Компаніям доводиться пристосовуватися до зовнішніх умов і впроваджувати цифрові технології швидше, ніж планувалося.

Першопочатківцями цифровізації у фуд ритейлі України є компанія Сільпо, що організували доставку продуктів за допомогою Glovo й у короткі терміни запустили проект онлайн замовлень і самовивозів товарів зі всіх магазинів мережі. Varus розпочали співпрацю з Glovo та організували самовивіз Pick up за три тижні, хоча прагнули роками. Найбільша роздрібна продуктова мережа України АТБ запустили послугу онлайн замовлення і свій продуктовий набір можна забрати у найближчому магазині. Проект реалізований поки що в Дніпрі, але мережа планує масштабуватися. І нещодавно уклали угоду з Нова Пошта та Rozetka для доставки продуктів додому покупцям. Компанія Фора не поступається останнім тенденціям: було укладено договір з Prom.ua для оформлення он-лайн замовлень, задля більшого захисту своїх споживачів кур'єри Justin і Raketa доставлять замовлення додому. Сервер доставки товарів продуктових мереж Zakaz.ua збільшила доставки товарів на 75 % порівняно з березнем. А мережі супермаркетів Копійка довелося збільшувати штат інтернет-магазину на 20–30 % внаслідок зростання онлайн замовлень, а компанія Kabanchik.ua розробила мобільний додаток і веб-сервер для підвищення швидкості доставок замовлень, що зросли в чотири рази.

Цікавим досвідом пристосування до вірусних умов можуть поділитися китайські підприємці. Так Alibaba разом з Чжунбай спроектували безпілотний продуктовий магазин у лікарні міста Ухань. Магазин був забезпечений предметами першої необхідності та дезінфікуючими засобами. Компанія он-лайн замовлень і доставки товарів Meituan запровадила послугу безконтактної доставки. На вулицях міста розташовані спеціальні шафки, куди здійснювалася доставка продукції. Дані новації зменшили персональний контакт і запобігали поширенню вірусу [2].

Не зважаючи на всі вдосконалення та масове використання e-commerce для фуд ритейлу настали також не легкі часи. Тому щоб пом'якшити наявні умови та зберегти продажі варто скористатися такими заходами:

- ✓ з особливою уважністю та турботою ставитися до «польового персоналу» й турбуватися про їх здоров'я і безпеку;
- ✓ визначити гарячі полиці магазинів, та сфокусувати зусилля на них;
- ✓ удосконалити ланцюги поставок продукції, знайти додаткових підрядників у разі форс-мажорних ситуаціях як додаткове джерело сировини;
- ✓ потурбуватися про збільшення поставок овочів та фруктів, оскільки досвід Китаю демонструє зростання попиту на ці товари у 2–3 рази;
- ✓ скоротити поставки елітних товарів, адже люди намагаються зекономити в кризових умовах;
- ✓ масово використовувати дезінфікуючі засоби з вмістом хлору або спирту (дослідження свідчать, що запах цих речовин викликає довіру в покупців) [6];
- ✓ впроваджуйте подарункові картки та сертифікати;

✓ з обережністю встановлювати ціни (Deloitte зазначає, що ціна товару є найважливішим критерієм здійснення покупок. Тому встановлення оптимальних цін стає справою виживання для підприємств роздрібної торгівлі) [1].

Українські ритейли вже врахували світовий досвід і погодилися знизити націнку на продукти першої необхідності. А такі мережі, як BILLA, NOVUS, VARUS, Еко маркет, Велика Кишеня та Велмар офіційно повідомили про встановлення 0 % націнки на такі товари, як: борошно, крупи, яйця, олію, цукор, макарони, буряк, моркву, цибулю та картоплю — повідомляє Антимонопольний кабінет України [4].

Проведені дослідження підтверджують, що українські гравці ринку FMCG усіма можливими способами намагаються зберегти свої позиції і пристосуватися до зовнішніх умов. Підтвердженням цьому є впровадження цифрових технологій у продуктовий ритейл через онлайн замовлення, що зростатимуть з кожним роком на 10–15 %. Саме COVID-19 посприяв оперативності розвитку даної сфери. Вкотре підтвердилося твердження, що криза — це не лише втрати, банкрутство і дефолт, але й нові можливості для бізнесу.

Література:

1. Consumer is Changing [Електронний ресурс] // Deloitte. — 2019. — Режим доступу до ресурсу: https://www.dropbox.com/s/dq6w6awxela8f3c/Deloitte_Lokesh_Consumer %20is %20Changing_ShopTalk_vF-converted.pdf?dl=0.
2. COVID-19 fosters self-service innovation in China [Електронний ресурс] // Retail customer experience. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: https://www.retailcustomerexperience.com/news/covid-19-fosters-self-service-innovation-in-china-2/.
3. Литовченко Т. Массовый обвал: как сократились продажи ритейлеров и чего ждать дальше [Електронний ресурс] / Таісія Литовченко // НВ. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: https://nv.ua/biz/experts/karantin-postradali-vse-riteylery-azs-produkty-bytovye-magaziny-chego-zhdat-zavtra-novosti-ukrainy-50081405.html.
4. Супермаркеты согласились снизить цены на продукты, — АМКУ [Електронний ресурс] // РБК — Україна. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: https://www.rbc.ua/rus/news/supermarkety-soglasilis-snizit-tseny-produkty-1586436394.html.
5. Угнива С. Золотая доставка. Коронавирус оказался движущей силой для цифровизации украинского ритейла [Електронний ресурс] / Світлана Угнива // НВ. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: https://nv.ua/biz/consmarket/karantin-i-sluzhby-dostavki-kak-pandemiya-koronavirusa-izmenila-ukrainskiy-riteyl-novosti-ukrainy-50082419.html.
6. Яким буде український продуктовий рітейл в розпал кризи — досвід Китаю [Електронний ресурс] // Б24 — Інформаційний Бізнес Портал. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: https://www.buh24.com.ua/yakim-bude-ukra %D1 %97nskij-produktovij-ritejl-v-rozpal-krizi-dosvid-kitayu/.

Джебраїлов Р. Ю.
Економіка підприємства, 5 курс,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доц. Дмитренко А. І.

БІЗНЕС-АКСЕЛЕРАТОРИ ЯК СУЧАСНА ФОРМА ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ: ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Бізнес-акселератори є сучасною формою ведення бізнесу, яка дозволяє своїм клієнтам — підприємцям-початківцям розвинути власне стартап-підприємство через освіту, наставництво та фінансування. З іншого боку, це своєрідна модель ведення бізнесу, спосіб отримання доходу для власників бізнес-акселераторів. Поряд із бізнес-інкубаторами бізнес-акселератори входять до екосистеми стартап-підприємств — інституту, який поєднує наукові установи, малий і середній бізнес, венчурний капітал, відповідні нормативно-правові акти. Бізнес-акселератори виникли у другій половині 2000-х років на фоні буму стартап-бізнесу та значного збільшення венчурного фінансування. Першим бізнес-акселератором став Y Combinator, запущений Полом Грехемом у 2005 році. За весь час свого існування цей бізнес-акселератор здійснив 1834 інвестиції, 192 підприємства загальною капіталізацією 100 млрд дол. стали успішними. Серед найпомітніших: Airbnb, Dropbox, Stripe, Reddit, Twitch, Coinbase та Weebly. Уже через рік,

у 2006 році, було створено інший відомий акселератор Techstars, який здійснив 1557 інвестицій, має на рахунку 134 успішні компанії, а його 1000 підприємств мають ринкову капіталізацію у 8 млрд дол. [1]. Загалом у період з 2005 до 2015 року в США діяли 172 акселератори. Їм вдалося за цей період зібрати в цілому 19,5 млрд дол. Випускники акселераторів, які продовжували збирати додаткові інвестиції у венчурний капітал, за цей період мали медіанну оцінку в 15,6 млн дол. і середню оцінку в 90 млн дол. [2]. Отже, даний вид бізнесу є динамічним і прибутковим. В Україні у 2018 році нараховувалося 215 стартапів і півтора десятка бізнес-акселераторів [3]. Найбільші з них: Sector X (Київ), IoT Hub (Київ), Radar Tech (Київ), Центр підприємництва УКУ (Львів). Дослідження функціонування бізнес-акселераторів стикається з проблемами чіткого визначення поняття «бізнес-акселератор», їх відмінністю від бізнес-інкубаторів і бізнес-ангелів, ідентифікації переваг і недоліків, необхідністю та перспективами розвитку. Вирішенню цих питань присвячена робота.

Дослідження передбачає використання методів спостереження, порівняння, аналізу, дедукції. Спостереження відбуватиметься за існуючими бізнес-акселераторами. Далі вони будуть порівнюватися між собою. За допомогою аналізу визначатимуться їх переваги та недоліки, а дедукція дасть змогу зробити узагальненні висновки.

Фахова література загалом представлена дослідженнями закордонних учених. Наприклад, Д. Крістненсена, П. Міллера та К. Баунда, С. Коен, О. Жданової. Серед вітчизняних дослідників слід назвати І. Литвина, Н. Ситника, А. Дуб, А. Гейдора, І. Думанську, В. Поліщук, які у своїх наукових статтях торкаються теми бізнес-акселераторів.

На жаль, бізнес-акселератори зазвичай неправильно розуміються або помилково ототожнюються з іншими установами, що підтримують стартапи на ранній стадії, такими як бізнес-інкубатори та бізнес-ангели. Сьюзен Коен з Університету Річмонда та Яел Хохберг з Університету Райсу виділяють чотири фактори, які роблять бізнес-акселератори унікальними [4]:

- фіксований термін роботи з компаніями;
- формування когорти підприємців;
- наставництво;
- закінчення навчання «демо-днем».

Цікавим є те, що насправді з майже 700 організацій у США, які були визначені як «акселератор» або «акселератор/інкубатор», лише третина задовольняє цим чотирьом критеріям. Іншими словами, два з трьох «бізнес-акселераторів» насправді не є акселераторами. І це вносить справжню плутанину в галузь [2].

Від бізнес-інкубаторів бізнес-акселератори у першу чергу відрізняються термінами взаємодії із клієнтами. Тривалість послуг акселератора обмежується, як правило, трьома місяцями. Практика свідчить, що фірми знаходяться в інкубаторах десь від одного до п’яти років. Учасники бізнес-акселераторів на відміну від бізнес-інкубаторів розподіляються по групам, відомим як когорти (від англ. «cohort»), відповідно до своєї програми. Вони взаємодіють між собою як студенти літнього табору чи середньої школи. Засновники підприємств стають дуже близькими до інших у своїй когорті, допомагаючи та мотивуючи один одного під час програми. Практика бізнес-інкубаторів свідчить про те, що підприємці рідко користуються всіма доступними порадами. Консультації зазвичай пропонуються за плату професійними постачальниками сервісних послуг, такими як бухгалтери та юристи. З іншого боку, інтенсивне наставництво та освіта — основа акселераційних програм і часто є основною причиною того, що підприємства вибирають саме такий шлях свого розвитку. Програми бізнес-акселераторів завершуються «демонстраційним днем», де кожен стартап у когорті представляється інвесторам. Засновники зазвичай виступають із презентацією, яка містить від 15 до 20 слайдів, які стисло описують найважливіші аспекти бізнесу.

Бізнес-ангели дещо схожі на бізнес-акселератори. Обидва інвестують у компанії на етапі їх зародження та обидва є інвесторами, а отже їх стимули збігаються. У той же час різниця наявна в тривалості підтримки, виборі об’єкта інвестування, в наставництві. Бізнес-ангели мають обмежений контакт і вплив на підприємства, часто бачачи засновників лише на щоквартальних засіданнях правління. Натомість керівники акселераторів проводять більше часу з підприємцями. Одним із найскладніших аспектів інвестування ангелів є вибір найперспективніших підприємств із груп компаній раннього етапу. Формат акселераторів допомагає інвесторам вибирати фірми, поєднуючи кошти багатьох інвесторів, і дозволяючи, таким чином, фондам акселераторів розповсюджувати ризик на більшу кількість портфельних фірм. До того ж бізнес-ангели часто діють як аматори, а не як професійні викладачі акселераційних програм.

Отже, простежується чіткий розподіл бізнес-акселераторів, бізнес-інкубаторів і бізнес-ангелів. На нашу думку найкраще визначення поняття «бізнес-акселератор» подано в науко-

вій роботі І. Литвина: «структури, що пропонують програми підтримки інноваційно-технологічних фірм на ранніх стадіях свого життєвого циклу через динамічний розвиток проекту і його прискорений вихід на ринок за рахунок надання необхідних матеріальних засобів, фінансово-інвестиційних та інформаційно-консультативних ресурсів» [5].

Переваги та недоліки бізнес-акселераторів розглянуто в табл. 1.

Таблиця 1

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ БІЗНЕС-АКСЕЛЕРАТОРІВ (СКЛАДЕНО НА ОСНОВІ [6])

Переваги	Недоліки
Надають інвестиції від 10 000 до понад 120 000 доларів	Мають справу лише з відносно невеликими компаніями
Професійна бізнес-освіта. Деякі програми планують зустрічі з 75 різними наставниками протягом першого місяця	Відволікають таланти від інших швидкозростаючих стартапів
Постійний контроль з боку керівників акселераційних програм над проектами	Велика кількість компаній зазнають невдачі після акселераційних програм
Навчання в команді сприяє часто формуванню міцних зв'язків та колективної ідентичності підприємців	Інколи діють нечесно по відношенню до засновників стартапу
Хеджування ризиків і збільшення шансів на вибір прибуткової справи	Залучають лише компанії, які вже досягли певного результату
Є достатньо прибутковим видом бізнесу	Допомагають створити «фінансову бульбашку»
Успішні стартапи мають велику ринкову капіталізацію	Можуть розглядатися як «початкові школи» для підприємців

З огляду на переваги та недоліки все ж таки можна говорити про майбутнє існування бізнес-акселераторів як частини стартап-екосистеми. Це пояснюється тісною взаємодією між інвесторами та підприємцями. У той же час намітилася тенденція до зменшення вкладень у проекти з низьким відсотком виживання, які працюють за принципом спрацює «5 зі 100». Стара модель не підходить для дослідження довготривалих у часі науково-технічних інновацій, наприклад пов'язаних зі зміною клімату або освоєнням космосу. Наставництво, яке використовується в програмах прискорювачів, не завжди кращий шлях для підготовки підприємців. Усе це стало причиною виникнення нового формату — венчурних студій [7]. Наприклад, провідний бізнес-акселератор Techstars уже перейшов на таку модель. Венчурні студії створюються на базі великих технологічних компаній. Головною їх перевагою є можливість здійснювати достатньо ретельну експертизу проектів, а підтримка стартапів відбувається впродовж кількох років або постійно.

Література:

1. Alejandro Cremades. 10 Startup Accelerators Based On Successful Exits // Forbes. — 2019. — URL: https://www.forbes.com/sites/forbes-personal-shopper/2020/03 /30/5-of-the-best-free-vpns-to-check-out/#14521d8b2cdd.
2. Ian Hathaway. What Startup Accelerators Really Do // Harvard Business Review. — 2016. — URL: https://hbr.org/2016/03/what-startup-accelerators-really-do.
3. Катерина Спориш. Бізнес-акселератори в Україні та світі. — URL: https://buduysvoe.com/publications/biznes-akseleratory-v-ukrayini-ta-sviti (дата публікації: 28.05.2019)
4. Susan Cohen. What Do Accelerators Do? Insights from Incubators and Angels // Innovations: Technology, Governance, Globalization. — 2013. — Т. 8, № 3-4.
5. Литвин І.В. Екосистема стартап-підприємництва в Україні: історія створення та сучасність [Електронний ресурс]. Науковий журнал «Молодий вчений». — 2019. — №1 (65) (січень). — С. 476 — 482 — Режим доступу: http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/ 2019/01/266.pdf
6. Paul Miller, Kirsten Bound. The Startup Factories: The Rise of Accelerator Programmes to Support New Technology Ventures // NESTA. — 2011.
7. Як венчурні студії вбивають акселератори та "бізнес-ангелів" [Електронний ресурс] // Економічна правда. — 2019. — Режим доступу до ресурсу: https://www.epravda.com.ua/projects/techiia/2019/11/12/653463/.

Мамлюк В. А.
Менеджмент бізнес-організацій, 3 курс,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — Дзюбенко Л. М., к.е.н., доцент, доцент кафедри
бізнес-економіки та підприємництва

ОСОБЛИВОСТІ ТА ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ТЕХНОЛОГІЙ

Сьогодні на конкурентному ринку будь-яке промислове підприємство має обирати різні методи: диференціацію продукції, лідерство, ранній вихід на ринок, концентрацію і тому подібне — щоб обрати правильну стратегію для визначення своїх конкурентних переваг. Однією з таких переваг можуть бути та є технології: інновації, інтелектуальна власність підприємства. Зараз актуально використовувати свої або чужі розробки та технології у діяльності підприємства. Проте, на жаль, на вітчизняних підприємствах є велика кількість проблем із комерціалізацією цих технологій. А саме шахрайство, корупція, підле ведення інноваційної та комерційної діяльності. Також після оцінки потенціалу технологічних ресурсів можна стверджувати, що Україна має значні перспективи розвитку ринку інтелектуальної власності та інновацій. Однак, сучасний стан не відповідає вітчизняному потенціалу, також економічна ефективність є низькою. Світова практика доводить, що державне регулювання комерціалізації технологій, точніше ефективні механізми державного регулювання, забезпечують стабільне економічне зростання та високу конкурентоспроможність господарської діяльності. Мета цього дослідження — виявити особливості комерціалізації технологій та визначити яке втручання держава має у цій сфері.

Для досягнення мети даного дослідження потрібно використати такі методи досліджень як порівняння, спостереження, аналіз, синтез та узагальнення. В дослідженні розглянуто різні види технологій, їх особливості для цього використовується метод порівняння. Спостереження та аналіз потрібен для дослідження літератури та визначення основної головної інформації. Щодо синтезу, то цей метод потрібен, щоб об’єднати особливості комерціалізації та державне регулювання комерціалізації в одну статтю. Узагальнення використовувалось для виведення висновків і пропозицій.

Був здійснений аналіз і дослідження основних джерел, в яких започатковано розв’язання даної проблеми і на які спираються автори. Вивченню питання державного регулювання та комерціалізації технологій приділяло увагу багато дослідників, зокрема: О.В. Бартошук, В.І. Биркович, О.Г. Давидова, М.Ю. Ільченко, І.В. Кравчук, В.О. Ткач та ін.

Саме для цього дослідження було обрано три статті 2019 року, які стосуються особливостей і державного регулювання комерціалізації технологій, авторів: П.Г. Перерва, М.І. Погорєлов, Кіктенко О.В., Набока К.О. та Кобелєва Т.О. [1—3].

Сучасний етап розвитку суспільства характеризується посиленням уваги до господарської діяльності підприємства , а саме технологій для використання у виробництві та можливостей їх комерціалізації. Різні напрями комерціалізації інновацій та об’єктів інтелектуальної власності технологій господарської діяльності відкривають великі можливості для розвитку, забезпечення конкурентоспроможності та формування виробничо-економічного потенціалу підприємства й економіки у цілому. Реалізація механізму комерціалізації технологій забезпечується в умовах становлення ринку інновацій та інтелектуальної власності та відповідної інфраструктури.

У даний час підприємства та організації, що мають відношення до процесів комерціалізації об’єктів інтелектуальної власності та інновацій використовують на практиці два основних методичних підходи:

а) пряма (безпосередня) комерціалізація передбачає продаж прав на об’єкт інтелектуальної власності як на звичайний інноваційний товар. При цьому покупець об’єкта інтелектуальної власності може представляти або не подавати комерційне майбутнє своєї покупки;

б) непряма (опосередковано) комерціалізація передбачає продаж інноваційного товару, в ціну якого входить і ціна об’єкта інтелектуальної власності, з використанням якого і виготовлений даний товар. При цьому інноваційна складова даного товару, його конкурентні переваги і поліпшені техніко-економічні показники багато в чому якраз і визначаються використанням при його створенні, виготовленні та (або) практичне використання даного об’єкта інтелектуальної власності, ринкова комерціалізація якого аналізується [3].

Таким чином усі види технологій перетворюються в конкурентні переваги, які з’єднуються з технікою і виробництвом, органічно вбудовуються в процес перетворення ре-

сурсів на товар. Також зростає інтенсивність інноваційних процесів, скорочуються терміни створення інновацій, розробниками і споживачами стають нові учасники, змінюються їхні стосунки і функції. Це підвищує рівень відповідальності підприємця-виробника, формує конкурентоспроможний ринок і стимулює інноваційну економіку в нашій країні.

Все ж, у сфері інтелектуально-інноваційної діяльності існують свої негативні проблеми при комерціалізації технологій, а саме: корупційні прояви, елементи шахрайства, порушення наукової етики, нечесна політика, несправедливий розподіл фінансування. Виходячи з цього, дуже важливо створити на підприємствах спеціальну систему для вирішення цих проблем. Ця система — комплаєнс програма, яка являє собою відповідність конкретних дій підприємства в цілому, окремого колективу чи працівника будь-якого рангу якихось внутрішніх або зовнішніх вимог, тобто чесне ведення бізнесу [2].

Щодо методів державного регулювання, то варто виділити методи прямої та непрямої дії, за допомогою яких держава бере участь у регулюванні процесу комерціалізації технологій. Пряма дія припускає використання адміністративних методів, а непряма — економічних. Найпоширенішими прямими методами державного регулювання по відношенню до господарської сфери є державне, економічне прогнозування. Непрямі методи державного регулювання, у тому числі й туристичної сфери, традиційно:

1) не пов'язані зі створенням додаткових матеріальних стимулів для їх реалізації;

2) базуються на силі й авторитеті державної влади;

3) включають заходи заборони, дозволу і примусу;

4) передбачають організацію управління підприємствами, державним сектором економіки, державною власністю.

Сьогодні комерціалізація технологій України, маючи потужний потенціал, розвивається без цілеспрямованої, комплексної технологічної політики держави й відпрацьованих механізмів управління [1].

Отже, в Україні існують проблеми формування ринкових відносин комерційного використання технологій. Оскільки від вирішення цих проблем залежить позитивне досягнення кінцевих результатів інтелектуальної та інноваційної діяльності підприємств. Також вдосконалення процесу комерціалізації допоможе підприємству стати на шлях інноваційного розвитку та підвищити рівень використання технологій для підвищення рівня економіки України. Результати дослідження свідчать про відсутність послідовного та системного підходу до державного регулювання комерціалізації технологій в Україні. Це зумовлює значне відставання вітчизняної економіки від економіки розвинутих країн світу.

Удосконалення системи державного регулювання комерціалізації господарської діяльності передбачає визначення концептуальних засад державного регулювання, формування передумов розвитку сучасного ринку інновацій та інтелектуальної власності, узгодження нормативно-правових документів, створення системи підготовки кваліфікованих фахівців комерціалізації. Також оцінка ефективності процесів комерціалізації результатів інноваційної діяльності промислового підприємства повинна полягати в реалізації комплексного процесу оцінки з урахуванням принципів системності, адаптивності, гнучкості та використовувати індивідуальну систему оцінки в рамках конкретної підгалузі.

Література:

1. Державне регулювання комерціалізації туристичного продукту // Кіктенко О.В., Набока К.О. Держава та регіони. Серія: Економіка, 2019 [Електронне джерело] Режим доступу file://drep_2019_2_10 %20(1).pdf

2. Комплаєнс-безпека підприємства як фактор успішної комерціалізації інновацій // Кобелєва Т.О. [Електронне джерело] Режим доступу: http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/44986/1/Kobeleva_Komplaiens-bezpeka_2019.pdf

3. Методичні підходи до комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності // П.Г.Перерва, М.І.Погорєлов [Електронне джерело] Режим доступу: http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/41509/1/Pererva_Metodychni_pidkhody_2019.pdf

4. Технології інноваційного розвитку підприємства у контексті інституціоналізму : монографія / Н. П. Гончарова, Г. О. Швиданенко, І. С. Капарулін [та ін.] ; за заг. ред. канд. екон. наук, проф. Г. О. Швиданенко. — К. : КНЕУ, 2012. — 225 с. // Режим доступу: https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/25233/tehnol_12.pdf

5. Швиданенко Г. О. Економіка та організація інноваційної діяльності : практикум [Електронний ресурс] / Г. О. Швиданенко, І. А. Павленко, Н. І. Норіцина. — К. : КНЕУ, 2013. — 308 с. / Режим доступу: https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/25211/ekon_organ_13.pdf

Шапран О. А.
Підприємництво, торгівля та біржова діяльність, 1 курс магістратури
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри бізнес економіки
та підприємництва Теплюк М. А.

НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ У ЦИФРОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

Вступ. Як зазначив С. Джобс [6]: “Технології можуть зробити життя простішим, можуть дозволити людям зв’язуватися з іншими людьми, чого вони не могли б зробити. Ви можете мати дитину з вродженим дефектом і бути в змозі зв’язатися з іншими батьками і групами підтримки, отримати медичну інформацію, останні експериментальні препарати. Все це може глибоко змінити життя. І я не применшую. Але неправильно думати, що щось покликане змінити все. Для того щоб речі були важливими, вони не повинні обов’язково змінювати світ“.

Впровадження та розвиток інформаційних технологій, особливо важливим є в фармацевтичній сфері. З одного боку — для ТНК, зокрема фармацевтичних, зарубіжна діяльність має не менш, а найчастіше і важливіше значення, ніж внутрішні операції. З іншого боку, фармацевтична індустрія — це глобальний бізнес, в якому значний обсяг коштів вкладають у дослідження та розробки. Крім того, фармацевтичний ринок має низку особливостей, що відрізняють його від ринків інших товарів: різноманітний асортимент препаратів, тривалий цикл розробки, висока наукоємність, нееластичний попит, залежність попиту від епідемій, стихійних лих та інших екстремальних ситуацій. Таким чином, розвиток інформаційного підприємництва у сфері охорони здоров’я та медицини найяскравіше можна побачити особливість рівноважного підходу до складників Big Data з позиції виробників медичної продукції та пацієнтів чи їх споживачів. Так, для пацієнтів, перевагами використання інформаційних технологій є: чим більше факторів впливу зовнішнього середовища на життя пацієнта буде враховано, тим вища ймовірність виявлення важливих для діагнозу трендів, прихованих симптом чи ранніх стадій прогресування хвороби; мобільність, гнучкість і безпечність системи ведення особових медичних карток, своєчасне повідомлення про можливі загрози впливу на здоров’я.

Для виробників: моніторинг стану поширення хвороб чи інших медичних загроз, своєчасна розробка медичних препаратів, засобів чи технологій для уникнення чи попередження негативного впливу на здоров’я, можливість масштабування як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках.

Методи дослідження. При обґрунтуванні теоретичних і практичних рекомендацій, обробки та аналізу інформації комплексно використовувались такі загальнонаукові та спеціальні методи: економічного і статистичного аналізу та синтезу, узагальнення і порівняння.

Огляд фахової літератури. У процесі дослідження ми виявили, що наукова спільнота має різні погляди на фврмакоекономічні проблеми та шляхи їх вирішення. Тому ми зосередили власну увагу на міждисциплинарному підході поєднання поглядів представників економічної сфери та фармації. Зокрема розгляд фармації в цифровій економіці розглядають: Ветютнева Н. О., Пашков В. М., Сабініч А. А., Чирва О. Г. та інші.

Результати дослідження. Медичні Big Data виконують низку функції спрямованих на запобігання розвитку хвороб на ранній стадії завдяки аналізу серцево-судинного тиску, пульсу, дихання, рівня цукру в крові тощо. Одними з найчастіше використовуваних сфер у медицині обробки великих даних є офтальмологія та дерматологія — саме в цих галузях використання зображень впливає на діагностику, виявлення статистичних збігів, прогноз розвитку хвороб і генеруація рекомендацій як для лікаря, так і для пацієнта. Обробка великих реєстрів медичних даних також допоможе прогнозувати «хвилі» захворювань [4].

Компанія Catapult, наприклад, завдяки аналізу використанню цифрових технологій забезпечує виявлення залежності між травмами та тренуваннями, стежить за інтенсивністю вправ і застерігає людину від можливих потенційних травм. Послугами Catapult користуються провідні команди НХЛ і НБА. Google, в свою чергу, співпрацює з американськими клініками, відстежує пошукові запити щодо епідемії грипу та передбачає, в якому регіоні виникне спалах хвороби [4].

Слід зазначити, що важливе місце розвиток інформаційного фармацевтичного підприємництва посідає не лише для функціонуючих компаній, а й для start-up, оскільки через ризи-

кованість діяльності та відносно невеликий термін функціонування, інформація виступає їх рушійною силою.

Логістика — розвиток концепції Е-логістики в умовах цифрової економіки, зорієнтований на інформаційно-комунікаційних технологіях (ІКТ), які надають можливість зміни пріоритетів у напрямку розвитку "від товару до споживача", "від трансакції до зв'язків", "від запасів до інформації" та сприяє зменшенню значення фізичних відстаней, на противагу комунікаціям і перевезенням. Також розвиток Е-логістики дозволяє зменшити логістичні витрати, покращує рівень обслуговування споживача, посилює інтеграційні процеси та гарантує надійність комунікацій, що є особливо важливим в фармацевтичній індустрії [3].

У збутовій діяльності, в умовах цифрової економіки, підприємства можуть використовувати чотири основні логістичні системи продажу: прямий маршрутний продаж, попередній продаж, телемаркетинг, електронний бізнес.

Основними питаннями складської фармацевтичної логістики є [3]: вибір між власним і орендованим складом, визначення оптимального числа аптечних складів і розміщення складської мережі, вибір місця розташування складу, визначення виду й розміру аптечного складу. Для надання відповіді на вищезазначені питання інформаційне середовище дозволяє здійснити оптимальний підбір ресурсів відповідно до зазначених обмежень.

Менеджмент — залежно від форм і завдань розрізняють такі види організаційної діяльності: відбір, розподіл, робота з кадрами; організаційне нормування; оперативне планування; доведення завдань до виконавців; організаційний інструктаж; організаційна розпорядливість; контроль виконання; організаційний аналіз; організаційне проектування. Забезпечення прийняття управлінських рішень цифровими технологіями забезпечить виконання робіт високої якості за оптимальних витрат [5]. У фармацевтичній сфері важливим напрямом менеджменту є управління якістю виробничого процесу та продукції зокрема. Як писав ще у І столітті римський військовий лікар П. Діоскорид [2]: «Жодних таємничих засобів» — недопустимість застосування невідомих, нерекомендованих лікарями та офіційно незареєстрованих препаратів.

Проте, слід звернути увагу, що менеджмент з переважанням внутрішньої функції переходить у зовнішню — на основі прийняття рішень про взаємодію між суб'єктами господарювання, налагодження партнерських відносин, а для підприємств з високою конкурентоспроможністю — поглинання.

Маркетинг — відмінність фармацевтичного маркетингу від інших його різновидів полягає в тому, що він ґрунтується на принципах соціального спрямування, системному підході, програмно-цільовому методі вирішення виробничо-ринкових проблем і залученні різних методів фармакоекономічної оцінки [5].

Відомо, що на сьогодні найуспішніше збуваються і приносять дохід ті фармацевтичні товари, що мають визначену маркетингову концепцію. Наприклад, такою концепцією може бути «поліпшення якості життя», «планування сім'ї» тощо.

Виокремимо вибір посередників на кожному рівні каналу збуту, що має базуватися на одному із трьох підходів до визначення ступеня інтенсивності використання каналу [5]:

1) селективний розподіл — кількість заохочуваних посередників більше одного, але менше загальної кількості готових зайнятися продажем товару;

2) інтенсивний розподіл — передбачений для товарів повсякденного попиту і потребує великої кількості оптових і роздрібних торговців;

3) розподіл на правах винятковості (ексклюзивний) — надання обмеженій кількості оптових і роздрібних торговців виняткового права реалізації товару фірми в межах збутових територій, цей підхід сприяє підвищенню відповідальності посередника, а також образу товару в очах споживача, що дозволяє робити на нього вищі націнки і одержувати таким чином значніші прибутки.

Учасниками системи дистрибуції ліків, окрім виробників, є оптові та роздрібні посередники. Серед оптових посередників переважають дистриб'ютори, роздрібними посередниками є аптеки. Для збуту лікарських препаратів не є характерним використання прямого методу збуту. Проте, відповідно до практики діяльності компанії L`Oreal, яка здійснила випуск продукції для сегменту 45+, поширивши його в ритейлі, у порівнянні з розміщенням продукції конкурентів в аптеках, в умовах цифровізації важливим є правильне позиціонування товару. На сьогодні аптеки позиціонуються у споживачів як заклади для придбання товарів за приписом лікаря, чи самолікування, переважно за порадою фармацевта чи товарами компаній, які мають значну частку вкладень у рекламні заходи. Для переконання слід надати відповідь на питання: Який попит на товари широкого вжитку (для прикладу, мінеральна вода) в аптеках в порівнянні до продуктового ритейлу?

У свою чергу, законодавством забороняється реклама [1]: лікарських засобів, застосування та відпуск яких дозволяється тільки за рецептом лікаря, а також внесених до переліку заборонених до рекламування лікарських засобів; допінгових речовин та/або метод для їх застосування в спорті.

Висновки. Отже, в умовах інформаційного середовища, важливим для суб'єктів господарювання фармацевтичної сфери виступає локальний рівень: не тільки внутрішні процеси, зокрема забезпечення виробництва якісної продукції з оптимальним розподілом ресурсів для задоволення потреб споживачів, а й зовнішні: логістика-ресурсів та логістика-продукції; менеджмент — управління не лише всередині організації, а й пошук шляхів партнерських відносин з стейкхолдерами; маркетинг — використання маркетингових інструментів аналізу зовнішнього середовища та збуту продукції на ринку. Глобальний рівень: за допомогою інформаційних технологій здатність до виявлення та прогнозування поширення епідемічних та пандемічних захворювань. Для прикладу у жовтні 2019 року, Центр охорони здоров'я Джона Хопкінса, Всесвітній економічний форум та Фонд Білла та Мелінди Гейтс провели симуляцію схожого сценарію — за найкращим його напрямом дослідники оцінюють втрату глобального ВВП від Covid-19 у розмірі 2,4 трлн доларів США, а кількість загиблих від вірусу в 15 млн осіб.

Література:

1. Проект Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо удосконалення порядку реклами лікарських засобів)» [Електронний ресурс] // Міністерство охорони здоров'я України. — 2018. — Режим доступу до ресурсу: https://moz.gov.ua/article/public-discussions-archive/proekt-zakonu-ukraini-pro-vnesennja-zmin-do-dejakih-zakonodavchih-aktiv-ukraini-schodo-udoskonalennja-porjadku-reklami-likarskih-zasobiv.
2. Ветютнева Н. О. Сучасна концепція забезпечення якості лікарських засобів : колективна монографія / за наук. ред. Н. О. Ветютневої; Вінниця : ТОВ «Нілан-ЛТД», 2018, 400.
3. Пашков В. М. Глобалізація фармацевтичного ринку: проблеми та перспективи / В. М. Пашков. // Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». — 2014. — №1. — С. 148–160.
4. Сабініч А. А. Як Big Data допомагають сучасній медицині? [Електронний ресурс] / А. А. Сабініч // Tokar. — 2018. — Режим доступу до ресурсу: https://tokar.ua/read/28563.
5. Чирва О. Г. Менеджмент та маркетинг у фармації / О. Г. Чирва, О. В. Гарматюк. — Уманський державний пед. ун-т імені Павла Тичини: МОН України, 2018. — 217 с.
6. Interview Apple's Steve Jobs [Електронний ресурс] // Wall Street Journal. — 1993. — Режим доступу до ресурсу: https://www.bbc.com/news/world-us-canada-15195448.

Клочан Є.В., Лобойко В. І.
051 Економіка, II курс,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент Гребешкова О. М.

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ КОМАНДНОЇ РОБОТИ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ СОЦІОНІКИ

Вступ. Поняття ефективності має місце завжди і повсякчас. Це невід'ємна частина руху вперед, прогресивний рушій сьогодення. У сучасному світі однією з найвагоміших рушійних сил ефективної роботи вважається якість трудових ресурсів. Люди, з їх характеристиками, знаннями, уміннями і навичками, є визначальною передумовою успішного та ефективного розвитку будь-яких систем. Саме тому останніми роками зростає актуальність вивчення можливостей людей як економічних суб'єктів у різноманітних аспектах — психологічному, поведінковому, ціннісному, соціальному, економічному тощо. Усе більшого оберту набирають дослідження щодо розробки та застосування різних методик профілюючого, індивідуального, колективного тестування для здійснення комплексного дослідження осіб та їх можливостей у повсякденному житті та в економіці. Причому подібні тестування здійснюються починаючи з дитсадків, шкіл, університетів та інститутів і аж до прийому та подальшої професійної діяльності.

Метою нашого дослідження є узагальнення та практична перевірка дієвості теоретичних і практичних положень щодо використання методів соціоніки задля здійснення ефективної діяльності у командах. Спираючись на методику тестів на тип особистості, розвиненість лідерських якостей і на рівень емоційного інтелекту, спробуємо переконатися у наявності взаємозалежностей між цими особистісними характеристиками та ефективністю командної роботи, зокрема під час навчального процесу в університеті.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети застосовано: системний підхід — для визначення предметного поля дослідження; тестування — для збору первинної інформації щодо особистісних характеристик учасників дослідження; аналітичний метод і метод візуалізації аналітичних даних — для виявлення залежностей між отриманими в результаті тестувань оцінками.

Інформаційною базою дослідження є наукові публікації зарубіжних і вітчизняних дослідників, результати проведеного за участі авторів тестування, а також матеріали інформаційних сайтів, ресурси мережі Інтернет.

Огляд опублікованих праць. Теоретичну основу дослідження склали роботи Карла Юнга [1] та Маєрс-Бріґґз [2]. Вони запропонували світу типологію особистостей, на основі чого пізніше утворилися 16 соціонічних типів, що розкривають певні особливості характеру та поведінки для кожного типу, а також закономірності відносин між цими типами, які вивчаються соціонікою [3]. Відкриття К. Юнга колективного несвідомого проливає світло для вчених XXI століття на структуру і модель пам'яті людини. Родина Маєрс-Бріґґз розвинули ідеї К. Юнга у прикладній площині та запропонували 16 типів особистості. З часом активізувалися дослідження таких soft skills, як емоційних інтелект (Д. Гоулман [4]) та інші лідерські якості.

Результати. Ефективність організацій залежить від багатьох факторів, серед яких одним з найзначущих є результативність командної роботи. Тому важливо знайти способи підвищення ефективності роботи саме у цьому аспекті. На результати командної роботи, серед іншого, впливають особистісні характеристики членів команди, серед яких ми виділили 3 ключові — соціонічний тип особистості, рівень розвиненості емоційного інтелекту та рівень сформованості лідерського потенціалу. Для ідентифікації кожного з цих аспектів оцінки існують розроблені тести, які ми використали для збору первинної інформації для аналізу ефективності командної роботи на прикладі учасників навчального процесу в університеті.

Учасниками опитування стали студенти другого курсу факультету економіки та управління КНЕУ, які вивчають дисципліну «Лідерство та партнерство в бізнесі». Робоча гіпотеза нашого дослідження зводилася до такого: ефективність роботи команд має пряму залежність від збалансованості складу команди за типологією Маєрс-Бріґґз, рівня розвиненості емоційного інтелекту та сформованості лідерського потенціалу кожного з учасників команди.

Із 30 учасників тестування виявлено 14 соціонічних типи (з 16 можливих). Із цих усіх типів, люди, які можуть забезпечити функціонування команди та взяти на себе роль лідера, що є основою для ефективної діяльності є типи, які мають достатню розвиненість лідерських якостей.

Типи які менш за все можуть бути лідерами, це «шоумен», «посередник» і «полеміст». У вибірці середній показник розвиненості лідерських якостей «шоумена» становить 33,3, що є дуже низьким показником. А от рівень емоційного інтелекту є вкрай високим — 104. Для такого типу людей найкраще підійде творче забарвлення команди, бо їх основною характеристикою є емоційність. Також можуть виникати складнощі з дотриманням дедлайнів, адже цей тип є непередбачуваним і трохи ненадійним. Краще давати змогу вибрати завдання з фіксованим терміном виконання. Також такі люди можуть генерувати дуже багато ідей і віддають перевагу усним комунікаціям. За результатами тестування середній показник розвиненості лідерських якостей у «посередника» становить 35,4. Що цікаво, рівень емоційного інтелекту є середнім. Для такого типу людей найкраще пасує творча робота, «посередники» мають талант до самовираження, а також зосереджують свою увагу лише на кількох людях. Їм краще працювати у невеликих командах для максимізації своєї ефективності. Середній показник розвиненості лідерських якостей у «полеміста» становить 41,7, що говорить про вкрай рідкі прояви лідерського потенціалу. Рівень емоційного інтелекту є середнім — 83. Для такого типу людей найкраще підійде формалізована робота, тобто написання документів та обов'язкове погодження всієї групи з позицією «полеміста». Аби ефективність команди була максимальною, краще доручити основне саме «полемісту». Полеміст краще працюють поодинці.

Типи які мають найнижчий рівень емоційного інтелекту: «консул», «артист» («авантюрист») і «посередник». Середній показник розвиненості лідерських якостей у «консула» становить 52,8 — показник гармонійного лідера. Рівень емоційного інтелекту є низьким — 71,7. Для такого типу людей найкраще пасує роль лідера команди. Люди типу «консул» прагнуть знаходитись у курсі всього, чим займаються члени їх команди, що підвищує ефективність команди. До того ж це люди обов'язку. Середній показник розвиненості лідерських якостей у «артиста» («авантюриста») становить 54,2 — показник гармонійного лідера. Рівень емоційного інтелекту є низьким — 78. Для такого типу людей оптимальна роль експериментатора чи того, хто буде генерувати ідеї, для них характерне новаторство. Але попри це «авантюристам» може не дуже подобатись бути у центрі уваги. Найкращий варіант, це недовге обговорення ідей або письмовий виклад. Як лідер, «артист» («авантюрист») буде досить неочікуваним у своїх рішеннях, але цікавим, він дослухається до інших, може керувати групою дистанційно.

Щодо інших типів, вони можуть бути лідерами якщо цього потребує ситуація.

Висновки. Спираючись на результати проведеного дослідження, маємо констатувати, що спостерігається певна взаємозалежність між показником розвиненості лідерських якостей і рівнем емоційного інтелекту. Чим менший показник рівня емоційного інтелекту (в даному випадку мінімальний показник 52,8) та чим більший показник розвиненості лідерських якостей (мінімальний показник 46,2) тим більше шанс, що це лідер. Найнижчим показником рівня емоційного інтелекту (52,8) є показник розвиненості лідерських якостей на рівні 78. Можемо зробити висновок, що лідерами переважно є ті люди, у котрих рівень емоційного інтелекту низький і середній, а показник розвиненості лідерських якостей середній і вище. Це пояснюється тим, що лідери часто не сильно зважають на емоції інших, що можуть відволікати від суті завдання. Це не є критичним тільки якщо лідер не відверто ігнорує інших. Також нами були складені деякі рекомендації, зважаючи на соціологічний аспект та типології, для певних типів, що можуть гальмувати ефективний процес командної взаємодії.

Література:

1. Юнг К. Г. Карл Юнг: Психологические типы. Академический проект, 2019. 538 с.

2. Изабель Бриггс-Майерс, Питер Майерс. Характеристики MBTI. Определение типов. У каждого свой дар. М.: Карьера Пресс, 2014. 294 с.

3. Аугустинавичюте А. Социон. (Основы соционики). Соціоніка, ментологія та психологія особистості, № 4-5, 1996. http://socionics.socionic.info/ru/soc_96_4.html

4. Гоулман Д. Емоційний інтелект. Х.: Vivat, 2018. 512 с.

Моти О.Є.
«Менеджмент бізнес-організацій», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри менеджменту Щербина О.В.

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОМ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

Вступ. Щоб залишатися конкурентоспроможним в умовах ринкової економіки, промисловому підприємству недостатньо лише виробляти продукцію, її потрібно в оптимальних обсягах розподілити по каналах збуту, тобто планувати збут як поточної продукції, так і нової. Ця робота на підприємстві покладається на відділ збуту, який тісно взаємодіє з відділом планування випуску промислової продукції та фінансовим підрозділом.

Управління збутовою діяльністю в світі стало ще складнішим процесом через пандемію COVID-19, що актуалізувало потребу в проведенні наукових досліджень, спрямованих на пошук шляхів задоволення ажіотажного попиту, пошук оптимальніших підходів планування збуту продукції та визначення особливостей здійснення цієї роботи в дистанційному режимі. Проте через абсолютну новизну проблеми з даною пандемією питання як підприємству результативно та ефективно здійснювати збутову діяльність є нерозкритим.

Актуальність. Майже 60 % власників бізнесу продовжують діяльність під час пандемії (це переважно великий і середній бізнес) [5], проте без ефективного управління збутовою діяльністю є велика ймовірність банкрутства. Кожному підприємству в такий складний період потрібно адаптуватися та гнучко реагувати на запити ринку. При ефективному управлінні збутовою діяльністю підприємство зможе раціонально розподілити продукцію між каналами збуту з метою отримання максимальної рентабельності. У період пандемії люди скуповують продукцію промислового характеру більше, ніж зазвичай. І перед відділом збуту постає задача — максимально задовольнити попит, щоб уникнути недоотриманого прибутку, враховуючи обмежені виробничі потужності, і взаємодіяти з клієнтами так, щоб отримати якнайшвидше кошти.

Мета дослідження. Дослідження теоретичних положень і практичних рекомендацій щодо покращення управління збутовою діяльністю промислового підприємства з виробництва паперових виробів в умовах пандемії, обґрунтування нових, актуальних рішень з оптимізації та гармонізації продажу та випуску продукції в період ажіотажу.

Методи дослідження. У даній роботі для досягнення мети використовуються такі методи дослідження: аналіз та узагальнення наукової літератури та практичної діяльності промислового підприємства з власного досвіду, абстрактно-логічний метод у процесі формування висновків та пропозицій, загальнонаукові методи аналізу та синтезу.

Огляд фахової літератури. Процеси збутової діяльності підприємств на теоретичному і методологічному рівнях досліджували як іноземні, так і вітчизняні науковці: Абрамович І. А. [1], Бурцев В. В [10], Барановський С. І.[9], Друккер П. Ф.[11], Залознова, Н. В [2], Іваночко Н.В. [3], Огерчук, Ю.В [4], Прайснер А.[12], Проволоцька О.[6], Саннікова С.Ф. [7], Шевчик М. Г. [8]. Однак досі сутність збутової діяльності в економічній літературі трактується неоднозначно. Найдаліше визначення збуту надав Бурцев В. В. [10], він характеризує збут з маркетингової та фінансової сторін, робить акцент на необхідності вивчення кон'юнктури ринку, попиту і виробничих можливостей до початку виробництва, і на підставі цього формувати політику і проводити збутову діяльність. Тобто мова йде не просто про процес продажу товарів, сенс полягає в узгодженості можливостей підприємства з потребами ринку для задоволення обох сторін.

На сьогодні приділяється пильна увага вчених-теоретиків і спеціалістів-практиків вивченню проблем збуту, однак теоретичні та практичні аспекти управління збутовою діяльністю майже недосліджені. Найдаліше визначенням терміну управління збутовою діяльністю надає автор Проволоцька О.[6], оскільки нею перелічені правильні функції управління і вказано про досягнення мети. Тому, на нашу думку, доцільно проаналізувати особливості управління збутовою діяльністю в період пандемії в розрізі кожної управлінської функції з точки зору управління персоналом і клієнтами.

Результати дослідження. Сутність управління збутовою діяльністю розкривається через такі основні управлінські функції, як планування, організація, мотивація і контроль.

У період пандемії планування збутової діяльності здійснюють в масштабах кількох днів, тижнів чи на короткострокову перспективу. Управляючи замовленнями клієнтів, з одного боку, формується статистична база для подальших процесів планування попиту, з іншого, створюються дані для виконання цих замовлень.

Попит на промислові товари, а саме на паперові вироби в період пандемії зростає [5] і з'являються замовлення, які не вкладаються в прогнозний попит, вони неочікувано великі. Це «аномальні» замовлення, які слід відокремлювати від регулярних і створити для них окрему статистичну базу для прогнозування попиту. «Аномальний» попит призводить до збільшення замовлень, збільшення обсягу виробництва, і відповідно, виробничих потужностей, витрат на закупівлю додаткової сировини.

У звичайній діяльності збут здійснюється в умовах «необмеженої» виробничої потужності, реалізує всі замовлення. А в період ажіотажу продукції промислового характеру починає більше взаємодіяти з відділом планування випуску продукції, залучається та фіксується максимально можлива виробнича потужність і визначається максимальна кількість замовлень на виробництво. Постає нова головна задача перед відділом збуту — зіставити реальні можливості підприємства і те, що вимагається зі сторони клієнтів.

Завданнями функції організація в збуті є: створення внутрішньофірмових і посередницьких систем розподілу продукції; пошук найефективніших каналів і форм розподілу; організація прийому, збереження, транспортування, реалізації продукції; встановлення договірних відносин на постачання продукції; організація післяпродажного обслуговування [9]. Щодо організації роботи в період пандемії, то якщо є можливість — менеджерів, економістів зі збуту переводять на дистанційну роботу, а офісних працівників розсаджують по окремих кабінетах відповідно до наказів. Зазвичай підприємства мають власну програму, до якої підключений кожний працівник, і дистанційно збутовий персонал працює також через неї. Так відбувається взаємодія усіх підрозділів підприємства і контроль за діяльністю.

Під стимулюванням збуту розглядають комплекс інструментів, що застосовуються для здійснення впливу на покупців, торгових посередників, працівників відділу збуту з метою зростання обсягу продажів у короткостроковому періоді з одночасним збільшенням числа нових покупців [9]. Однак у період пандемії стимулювати продажі паперових виробів недоречно. Співробітники компанії повинні мати можливість на належному рівні обслуговувати покупців, вміти коректно відмовити клієнту в продажі якщо він не входить у пріоритет, але так, щоб взагалі не втратити клієнта в майбутньому.

У контролі можна виділити два напрямки: контроль за роботою менеджерів, економістів зі збуту; контроль виконання планів по виробництву, складуванню, відвантаженню і реалізації продукції. Під час дистанційної роботи керівнику відділу збуту потрібно частіше перевіряти стан замовлень через програму підприємства. За допомогою компанії Humanyze практикується контроль персоналу [13]. Вимірюється тривалість онлайн-конференції, активність електронної пошти організації, але з міркувань конфіденційності не перевіряється вміст. Потім створюється графік, який приблизно показує коли працівник відділу збуту не зайнятий роботою, а які підгрупи навпаки дуже згуртовані, продуктивні.

Отже, керівники повинні забезпечити безпеку та добробут персоналу, щоб в подальшому це не загрожувало здоров'ю та їхнім сім'ям. Якщо є власна програма підприємства, то робота і далі відбувається в тому ж режимі, тільки з іншого комп'ютера. Якщо потрібно підписати договір, звіт, то дистанційний персонал їх виконує, а офісний роздруковує та відносить для затвердження керівнику. Дистанційна робота відділу збуту не впливає на якість обслуговування клієнтів, проблема в іншому — неможливості задовольнити ажіотажний попит.

Висновки і пропозиції. Враховуючи теоретичні розробки та практичний досвід, в можна стверджувати, що підприємствам в період пандемії для успішної діяльності на ринку потрібно вміти адаптуватися до зовнішнього середовища і вчасно впроваджувати ефективні організаційні зміни. Одним з варіантів вирішення проблеми з ажіотажним попитом для відділу збуту є перепроектування роботи і тимчасова зміна ОСУ. ОСУ дивізіонального типу за видами продукту чи територіальну доречно змінити за групами споживачів, тому що відділ збуту вимушений диференціювати клієнтів за ступенем їх рентабельності та дотриманням фінансової дисципліни. У випадку простроченої дебіторської заборгованості пропонуємо припинити відвантаження йому продукції, а з керованим клієнтом — відстрочити замовлення на найближчу перспективу. Важливо слідкувати за новими нормативними актами щодо квот на експорт продукції промислового характеру. Для більшої мотивації персоналу в період пан-

демії рекомендується збільшити посадовий оклад і адаптувати офіси до безпечних умови праці, щоб персонал відчував свою цінність для компанії. Пропонуємо вмикати віддалені робочі програми, вивчати альтернативні варіанти голосових і чатових функцій, а приймати рішення на онлайн-конференціях через програму Zoom.

Отже, основною особливістю управління збутовою діяльністю промислового підприємства в період пандемії є частковий перехід на дистанційний режим. Персонал відділу збуту повинен мати самодисципліну, дотримуватися режиму робочого часу, дбати про здоров'я, усвідомлювати свою відповідальність. Керівництву потрібно частіше контролювати роботу підлеглих, узгоджувати питання про обсяги та умови продажу з відділом планування випуску продукції та фінансовим відділом. І, щоб вчасно адаптуватися до нових обмежень — готуватися до повного переходу на дистанційний режим.

Література:

1. Абрамович І. А. Методичні підходи оцінки ефективності збутової діяльності переробних підприємств // Агросвіт № 4, 2014. С. 25–28.
2. Залознова Ю.С. Трушкіна Н.В. «Система управління збутовою діяльністю вуглевидобувних підприємств: уточнення термінології» / Ю. С. Залознова, Н. В. Трушкіна // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. — 2016. — № 3 (75). С. 83–93.
3. Іваночко Н.В. Особливості формування механізму управління збутовою діяльністю підприємства / Іваночко Н.В. // Економіка та управління підприємствами. — №18. — 2017. С. 214–218.
4. Огерчук, Ю.В. Аналіз організування збутової діяльності вітчизняних виробників [Текст] / Ю.В. Огерчук // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». — 2003. — № 484. — С. 335–341.
5. Офіційний сайт Державної служби статистики України. Щомісячний аналіз «Очікування промислових підприємств щодо перспектив розвитку їх ділової активності за видами економічної діяльності та основними промисловими групами». [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/
6. Проволоцька, О. М. Управління збутом промислової продукції в комплексі маркетингу: автореф. дис.... канд. екон. наук: спец. 08.06.01 / О. М. Проволоцька. — К. : Українська академія зовнішньої торгівлі, 2003. — 20с.
7. Саннікова С.Ф., Іванова М.В. Аналіз збутової діяльності підприємства на основі оцінки ефективності витрат на збут / Саннікова С.Ф., Іванова М.В. // Економічний простір, №117, — 2017, С. 192–203.
8. Шевчик М.Г. Інструменти оцінки збутової політики підприємства. Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України, Ч. 2. Економіка аграрний менеджмент та бізнес, 2010. с. 324-330.
9. Барановский С. И., Шишло С. В. Метод. пособ.: Управление сбытом. — 2012 г., 38 с.
10. Бурцев В. В. Внутренний контроль сбытовой деятельности предприятий в современных условиях хозяйствования // Менеджмент в России и за рубежом. 2007. № 6. С. 145–151.
11. Друккер П. Ф. Управление, нацеленное на результаты. М.: Центр, Технологическая школа бизнеса, 1994. — 200 с.
12. Прайснер А. Сбалансированная система показателей в маркетинге и сбыте. Планирование и контроль на базе ключевых показателей эффективности. — М.: Издательский Дом Гребенникова, 2006. — 304 с.
13. Alex 'Sandy' Article 'Pentland Managing the Flow of Ideas in a Pandemic'[Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://sloanreview.mit.edu/article/managing-the-flow-of-ideas-in-a-pandemic/

Незамедінова Т. С.
«Менеджмент бізнес-організацій», 3 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри менеджменту Кубарева І. В.

ШЛЯХИ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В ОРГАНІЗАЦІЯХ

Вступ. У сьогоденних економічних реаліях підприємства функціонують як складні механізми, потенціал яких забезпечується значною мірою корпоративною культурою. Вона не

лише вирізняє організацію з-поміж інших конкурентів, а й забезпечує ефективну діяльність і виживання в умовах жорсткого конкурентного середовища. Одним з найважливіших компонентів сталого розвитку організації у майбутньому є необхідність у створенні концепції корпоративної культури та інструментів її розвитку. Оскільки корпоративна культура повинна транслювати місії та цілі підприємства, регулювати відносини у середині колективу та сприяти ефективному робочому середовищу, то процес її формування і розвитку повинен забезпечувати зростання ефективності діяльності організації у цілому.

Актуальність обраної тематики дослідження обумовлена кількома факторами. По-перше, підприємства повинні відповідати сучасним ринковим обставинам і відносинам, а отже постає необхідність у розробці та реалізації корпоративної культури. По-друге, при розумному формуванні та впровадженні, а надалі і розвитку, корпоративної культури ефективність роботи в організації зростає, як наслідок, зростає і її конкурентоздатність на ринку. Таким чином, актуальність дослідження полягає у необхідності вивчення та аналізу основних засад корпоративної культури та формуванні шляхів її розвитку.

Мета дослідження полягає у дослідженні сутності корпоративної культури, її основних принципів та інструментів формування у сучасних ринкових умовах, узагальненні її особливостей, а також розробці шляхів розвитку та удосконалення.

Методи дослідження. У роботі були використані такі методи дослідження: спостереження — для дослідження підходів до розуміння сутності корпоративної культури, аналізу — для вивчення особливостей розвитку та характеристики етапів корпоративної культури, синтезу й узагальнення — для визначення проблем розвитку корпоративної культури та шляхів їх розв'язання, а також для формулювання висновків про результати дослідження та пропозицій щодо його перспектив.

Огляд фахової літератури. Теоретичним і практичним аспектам розвитку корпоративної культури як засобу підвищення ефективності діяльності організацій значної уваги приділяли як зарубіжні, так і вітчизняні науковці. Зокрема, серед вітчизняних учених варто виокремити Л.Я. Авер'янова, О.С. Віханського, що досліджує контекст стратегічного управління в організації, Г.М. Захарчишина, О.В. Кам'янську та Ю.Д. Красовського — вчених у сфері організаційної поведінки, Н.П. Любомудрову, Т.А. Немченко, П.С. Смоленюка, Т.О. Чернишову, яка власне займалась дослідженнями корпоративної культури як складового елементу ефективного управління організаціями у сучасних ринкових умовах, та багато інших. У той же час серед зарубіжних учених варто відзначити Дж. Гелбрайта, Г. Джонса, М. Елвісона, А. Кребера, М. Коула та Ф. Тейлора — найвідоміших зарубіжних учених у сфері менеджменту, С. Рея, О. Шпенглера та інших.

Завдяки корпоративній культурі на підприємстві забезпечується стратегія, мета, цілі та засоби для їх реалізації і досягнення, а зі зміною ринкових умов, конкуренції та державного регулювання постає необхідність у вдосконаленні й самого комплексу корпоративної культури. Саме це питання постійно перебуває у центрі обговорень і на сьогодні залишається одним з головних у дослідженнях корпоративної культури в організаціях.

Результати дослідження. На сучасному етапі економічного розвитку кожна успішна організація характеризується наявністю корпоративної культури — особливої форми існування системи, до якої відносяться цінності організації, традиції та певний устрій, який існує серед співробітників, а також сукупність інструментів реалізації цієї системи [1]. О.С. Віханський розглядає корпоративну культуру як набір найголовніших положень, які сприймаються організацією та реалізуються у цінностях, які декларуються організацією і задають орієнтири в поведінці та діях [2]. Загалом, корпоративна культура є невидимою частиною організації, вона може бути детально регламентована документами, можуть бути декларовані лише окремі її принципи і, врешті, вона може існувати без будь-яких письмових правил. За своєю сутністю корпоративна культура розв'язує дві основні задачі: налагодження зовнішніх зв'язків та формування стабільної і ефективної роботи персоналу в межах організації. Іншими словами, мета корпоративної культури полягає у зовнішній адаптації підприємства та його внутрішній інтеграції [3]. Щодо функцій корпоративної культури, то, перш за все, варто наголосити на наданні персоналу організаційної ідентичності та визначенні головних цінностей організації, яких слід дотримуватись усім співробітникам. Також, до функцій відносять допомогу новим колегам у адаптації та долученні до процесу роботи, стимулювання та мотивування індивідуальних і колективних рішень щодо покращення механізму роботи тощо.

Загалом, реалізація та впровадження корпоративної культури в організаціях зводиться до п'яти етапів. По-перше, на підприємстві проводиться аналіз внутрішніх організаційних процесів, далі аналізується психологічний клімат між співробітниками. На наступному етапі ви-

значаються цілі, місія та цінності організації, виходячи зі специфіки її діяльності та аналізу вищенаведених даних, а також формується модель корпоративної культури для конкретного підприємства. На останок, згідно з моделлю та цінностями організації створюються правила для персоналу та впроваджуються традиції і символіка [1]. Корпоративна культура є доволі важливим інструментом у підвищенні конкурентоздатності підприємства та його виокремлення серед інших. Зокрема, серед ефектів корпоративної культури виділяють наступні: підвищення рівня продуктивності праці персоналу, зростання прибутковості та рентабельності за рахунок зменшення собівартості продукції, розвиток технологічного забезпечення, виникнення раціоналізаторський ідей у колективі, ноу-хау, зростання рівня матеріального і культурного забезпечення населення та багато інших факторів [4, 5].

Для багатьох вітчизняних організацій головні проблеми у процесі формування та впровадження ефективної корпоративної культури полягають у невідповідності між інтересами і цінностями організації та кожного окремого працівника, а також у створенні відносин між співробітниками на основі солідарності та взаємоповаги, іншими словами проблеми полягають у реалізації стратегічного мотиваційного механізму, де ключовим елементом виступає корпоративна культура. За таких умов постає проблема щодо вибору оптимальних методів оцінки рівня корпоративної культури та інструментів її розвитку і покращення. Для цього в організації повинен існувати чіткий механізм оцінки, корегування та покращення даної культури разом з системою індикаторів рівня досягнутих результатів відносно бажаних. Першочерговим завданням у цьому є зміна таких складових, як: організаційна структура управління, механізм мотивації та заохочення персоналу, система оцінки праці робітників, кадрова політика організації. У той же час повинна трансформуватись ідеологія поведінки персоналу в організації. Головна роль у цьому належить керівництву на усіх рівнях, а усі зміни повинні бути документально закріплені у правилах внутрішнього трудового розпорядку підприємства. Звісно, у ході процесу розвитку повинен здійснюватися контроль і моніторинг ступеня підтримки стратегії корпоративною культурою, для яких використовуються індикатори відповідності.

Результатом такого приведення корпоративної культури та стратегії організації до відповідності буде зростання продуктивності праці персоналу, ефективне використання наявних ресурсів та отримання конкурентних переваг на ринку. У свою чергу для персоналу ефективна корпоративна культура дозволить підвищити якість їх роботи, а через підвищення ефективності діяльності підприємства та оптимізацію мотиваційного механізму — й підвищити рівень оплати їх праці.

Висновки і пропозиції. Підсумовуючи, варто зазначити, що корпоративна культура організації — це комплекс прийнятих для організації норм і правил поведінки відносно працівників, споживачів та партнерів, а також культура міжособових стосунків на підприємстві, від рівня розвитку якої залежить ефективність діяльності організації, рівень міжособистісних стосунків в ній та імідж підприємства у цілому. Слід зазначити, що наявність оптимальної та ефективної стратегії не гарантує того, що вона буде успішно реалізована без відповідної корпоративної культури. На формування такого типу корпоративної культури повинен бути спрямований управлінський вплив. Основними проблемами при використанні корпоративної культури як інструменту реалізації стратегії підприємства є визначення оптимальних методів її оцінки та формування у взаємозв'язку із обраною стратегією; визначення критеріїв оцінки відповідності корпоративної культури до стратегії, що реалізується. Вирішення цих проблем повинно стати предметом подальших досліджень у цій області.

Література:

1. Чернишова Т.О., Немченко Т.А. Деякі аспекти корпоративної культури організації / Чернишова Т.О., Немченко Т.А. // Економічні науки. — 2010. — № 17.
2. Віханський О.С., Наумов А.І. Менеджмент: людина, стратегія, організація, процес / Віханський О.С., Наумов А.І. — «Фірма Гардаріна». — 1996. — 416 с.
3. Смоленюк П.С. Корпоративна культура як основа розвитку організації / Смоленюк П.С. // Наука й економіка. — 2010. — № 1. — С. 123–128.
4. Кам'янська О.В. Визначення ефективності інвестиційно-інноваційної діяльності підприємства / О.В. Кам'янська, Ю.М. Шкіль // Інвестиції: практика та досвід. — 2013. — № 1. — С. 61–65.
5. Авер'янов Л.Я. Організаційна культура управління сучасних підприємницьких структур / Авер'янов Л.Я. — Санкт-Петербург, 2013. — 31 с.

Новак Ю. С.
«Менеджмент бізнес-організацій», 2 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри менеджменту Кубарева І. В.

КОНФЛІКТ — МЕНЕДЖМЕНТ В ОРГАНІЗАЦІЇ: ТАКТИЧНІ ТА СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ

Вступ. Правильне урегулювання конфліктів є запорукою успішної діяльності організації. Концепція конфлікту через всеосяжність і поширеність набула безліч значень. Для того, щоб конфлікт став поштовхом до розвитку організації та формування нових відносин, необхідно змінити власне ставлення до конфліктних ситуацій і навчитися бачити в них конструктив. Це виховує гнучкість характеру, формує уміння аналізувати та знаходити вихід з будь-яких ситуацій. Визначення конфліктогенів — слів і дій, що провокують конфлікт — допомагає кожному члену організації не допустити їх появи та переходу конфлікту з потенційного в актуальний.

Завдяки правильно підібраній стратегії конфлікт може принести користь. Залежно від результату розв'язання конфлікту, наслідки можуть бути як позитивними, так і негативними. Серед негативних слід зазначити демотивацію окремих учасників, зниження дисципліни, низьку продуктивність діяльності, до погіршення соціально-психологічного клімату в колективі, його дестабілізації. Щодо позитивних наслідків, конструктивне вирішення конфлікту запобігає стагнації. Виступаючи в ролі механізму, за допомогою якого виявляються проблеми, конфлікт є основою особистісних та економічних змін. У результаті покращується психологічний стан колективу, підсилюється соціальна активність через трансформацію взаємовідносин.

Конфлікт допомагає встановити групову та персональну ідентифікацію. Кожен учасник має можливість переоцінити власні судження, збагатити свій досвід, визначити свою приналежність до конкретної групи, враховуючи сферу компетенції та відповідальності. Додатковим позитивним наслідком є інтенсифікація рефлексії. Активізуються інтелектуальні сили учасників, з'являються сили для втілення неординарних ідей.

Метою роботи є дослідження сутності конфлікту як явища, аналіз стратегій і тактик управління конфліктами, в тому числі, створених на основі досвіду організацій, а також визначення чинників, що спричиняють конфлікти.

Методи дослідження. У роботі були використані такі методи дослідження: спостереження — для дослідження підходів розуміння сутності конфліктів і шляхів їх вирішення, аналізу — для вивчення особливостей розвитку та чинників конфліктів, синтезу — для формування цілісного бачення процесу управління конфліктом, а також узагальнення — для формулювання висновків про результати дослідження та пропозицій щодо його перспектив.

Огляд фахової літератури. Спершу ми приділили увагу науковим дослідженням з психології, адже знаючи особливості поведінки людини, можна спрогнозувати її подальші кроки, краще зрозуміти мотиви та потреби (самоактуалізація за А. Маслоу та психоаналіз З. Фрейда). Також важливо вміти обирати таку модель поведінки, яка була б найефективнішою в конкретній ситуації. Для цього конфліктолог К.Томас розділив типи поведінки на два напрямки та виділив 5 стратегій поведінки під час конфлікту. Р. Кілман спільно з К. Томасом розробили спеціальну методику для визначення особистісної приналежності до конфліктної поведінки, виявлення стилю розв'язання ситуації. Запропоноване авторами опитування визначає типову реакцію людини на конфлікт [1]. Соціологи Р. Фрітш і М. Лері [2] запропонували для розв'язання конфлікту деяким співробітникам давати ролі «узгоджувача», «координатора», «терапевта», «арбітра» і залучати допомогу «третіх сторін». Х. Корнеліус та Ш. Фейр розробили карту конфлікту [3]. Д. Карнегі запропонував власну стратегію ведення переговорів «Виграш-виграш» і кілька тактик [4].

Огляд літературних джерел виявив різноманітність підходів та міждисциплінарне значення конфлікту, а тому для нас є доцільним здійснити їх аналіз та визначити стратегічні й тактичні засади менеджменту конфлікту.

Результати дослідження. Спираючись на підходи до визначення конфлікту [3, 5], ми вважаємо, що конфлікт — це явище, що полягає у протиставленні інтересів та поглядів.

Конфлікти в організації мають свою специфіку залежно від сфери діяльності, тому досі не існує єдиної стратегії управління конфліктами. Для забезпечення позитивного клімату в групі людей необхідно володіти базовими знаннями з психології, щоб тримати власні емоції під контролем, та бути ознайомленим з тактиками, які протягом багатьох років користуються успіхом у компаніях.

Управління конфліктом необхідно здійснювати із урахуванням його фази розвитку. Більшість дослідників виділяє 4 фази розвитку конфлікту: зародження конфлікту, усвідомлення виникнення, загострення та вирішення. На ранніх етапах зародження, тобто на передконфліктній стадії, конфлікту можна уникнути. Скористаємося досвідом всесвітньовідомої та успішної компанії Apple. Протягом кількох років співробітники користуються формулою "Feel, Felt, Found" [6]. Суть полягає в тому, що спершу треба розвинути емпатію — розуміти почуття та думки іншого. Потім — демонстрація, що передбачає визначення почуттів індивіда, який опинився у конфліктній ситуації. Завдяки цьому співрозмовник відчуває себе не самотнім. А далі — уточнення, яке потребує з'ясувати, чого саме досягнула людина, подолавши перешкоду. Важливо використовувати статистику для підтвердження аргументів. Подібні ланцюжки історій формують новий образ мислення та посилюють взаєморозуміння в колективі.

Якщо ж конфліктної ситуації не уникнути, то варто спробувати кілька стратегій управління конфліктами. Кенет Томас [1] виділяє 5 способів урегулювання конфліктів. Перший — змагання — проявляється у прагненні задовольнити свої інтереси на шкоду іншим. Другий — пристосування — придушення власних інтересів на користь іншим. Третій — компроміс — взаємні поступки. Четвертий — уникання — коли не важливо досягнення власних цілей та відсутнє прагнення скооперуватися. П'ятий — співробітництво — досягнення консенсусу, що задовільнить обидві сторони. Останній спосіб вважається найбажанішим, але вибір тактики залежить від конкретної ситуації. Для того щоб визначити власну приналежність до однієї з тактик, К. Томас спільно з Р. Кілманом розробили модель на основі 40-річного досвіду.

Рені Фрігш і Мелькольм Лері [2] пропонують залучати заздалегідь підготовлених фахівців для управління конфліктами. «Узгоджувач» під час дебатів допомагає конфліктуючим сторонам досягти розуміння, обережно направляючи їх своїми словами до конкретної теми. «Координатор» виявляє причини конфлікту і делікатно пропонує альтернативний шлях вирішення проблеми. Менеджер у ролі «терапевту» вислуховує учасників і намагається зняти психологічну напругу. Знайомий фахівець з іншої фірми як «арбітр», у процесі конфлікту має виділяти ті аспекти, які об'єднують обидві сторони, а не навпаки. «Треті особи» — родичі, друзі — можуть допомогти на кінцевих стадіях конфлікту підтримкою та розумінням. Таким чином можна поступово нейтралізувати негативну ситуацію.

Х. Корнеліус і Ш. Фейр [3] запропонували карту конфлікту. Суть полягає у графічному відображенні складових конфлікту, аналізі поведінки учасників, формулюванні основної потреби, бажань і побоювань учасників і способів усунення причин. Для цього необхідно описати предмет конфлікту та визначити його походження, а також учасників конфлікту (опонент, противник, агресор та додаткові категорії). Потім необхідно з'ясувати та зобразити інтереси та мотиви кожного учасника. На основі аналізу розробляються альтернативні рішення, які б усіх задовольнили. Саме графічне зображення дозволяє наочно показати усі складові та розширити сферу прийняття рішень.

Дейл Карнегі [4] пропонує план дій як налагодити стосунки зі складним керівництвом і стратегію переговорів «Win-Win» («Виграш-Виграш»). Стратегія складається з чотирьох етапів. Також розглядаються основні помилки, що зазвичай допускаються в організації під час переговорів.

Прикладом застосування стратегії «Win-Win» є закінчення патентної війни між компаніями Samsung та Apple [7]. У квітні 2011 компанія Apple подала позов у суд через те, що Samsung порушили права компанії на інтелектуальну власність. Враховуючи порівняльну характеристику компаній і хід патентної війни, можна припустити, що вона була вигідна обом компаніям. Рекламні компанії та інтерес до подій з боку СМІ привертали значну увагу. Таким чином вони позбавилися деяких конкурентів, популярність девайсів від Samsung та Apple зросла у багато разів.

За допомогою вивчення джерел і детального аналізу теорії та практики управління конфліктами маємо можливість визначити найдієвіші шляхи, які є основою успішного конфлікт-менеджменту, зокрема це:

- вчасне реагування на конфліктну ситуацію;
- максимальне залучення колективу до вирішення конфлікту та його аналізу;
- розвиток у колективі методології і мислення щодо поведінки у конфліктних ситуаціях;
- співпраця з експертним середовищем для вирішення конфлікту;
- розробка карти конфлікту та альтернативних рішень з метою прийняття найкращого;
- прагнення до отримання вигід від конфлікту всіма учасниками — розвиток технології «Win-Win».

Висновки і пропозиції. Професійне урегулювання конфліктів дозволяє уникнути негативних наслідків і направити енергію членів організації на продуктивну діяльність. За правиль-

ного підходу конфлікт стає чудовою можливістю для особистісного росту та приносить користь. Знаючи, як реагувати на перші ознаки конфлікту, досліджуючи закономірності розвитку, визначаючи приховані мотиви учасників та усвідомлюючи власні інтереси в конкретній ситуації, можна досягти значних успіхів в управлінській діяльності.

Література:

1. Thomas-Kilmann Conflict Mode Instrument Profile and Interpretive Report by Interpreted by Jane Trainer Acme, Inc.,CPP, 2010. URL:https://www.skillsone.com/Pdfs/smp248248.pdf
2. Герасимчук А.А., Палеха Ю.І., Шиян О.М. Соціологія: навч. посіб. вид-во Європейського ун-ту, 2003. — 245 с.
3. Воронкова В.Г., Беличенко А.Г., Попов О.М. Управління людськими ресурсами: філософські засади : навч. посіб. Київ: Професіонал, 2006 . — 567 с.
4. Карнеги Д. Как найти выход из любой конфликтной ситуации. Минск: Поппури, 2019. — 176 с.
5. Галаган В.Я., Орлов В.Ф., Отич О.М. Психологія конфлікту; навч. посіб, ДЕТУТ, 2008. — 422 с.
6. When Apple Needs to Solve Employee Conflict, This is Their Go-To Method URL:https://blog.absence.io/en/how-to-solve-employee-conflict/
7. Apple and Samsung End Smartphone Patent Wars By Jack Nicas, The New York Times, 27.06.2018. URL: https://www.nytimes.com/2018/06/27/technology/apple-samsung-smartphone-patent.html

Даниленко В. В.
«Менеджмент бізнес-організацій», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри менеджменту Прохорова Є. В.

УПРАВЛІННЯ РОЗРОБЛЕННЯМ ТА РЕАЛІЗАЦІЄЮ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

У ринковій економіці перед підприємствами стоїть проблема вибору головних напрямків діяльності та ефективних шляхів досягнення своїх цілей. Ефективним вирішенням цієї проблеми є створення і реалізація конкурентних переваг, які досягаються за допомогою правильно розробленої та ефективної стратегії підприємства.

Забезпечити високий рівень конкурентоспроможності організації та її економічної ефективності, а також врахувати постійні зміни допомагає використання нових та якісних інструментів стратегічного планування. Вибір конкурентної стратегії організації є важливим і невід'ємним етапом процесу розробки конкурентної стратегії.

Розробка конкурентної стратегії є одним із важливих завдань діяльності суб'єктів господарювання та одним із провідних чинників формування прибутку підприємства. Тому питання сутності, розробки та вибору конкурентної стратегії не втратили своєї актуальності й досі приваблюють зарубіжних і вітчизняних вчених. Поняття «стратегічний розвиток» виникло на початку 60-х рр. XX ст. Його основоположниками були Ансофф І, Ендрюс К. Р., Чандлер А. Д., та інші. Подальший розвиток ідеї стратегічного менеджменту знаходимо в доробках Мінцберга Г., Томпсона А. А., Портера М., Гулд М. і Кемпбелл Е. та інших авторів. Цю тематику також досліджували Куінн Д., Карлофф Б., Туленков М., Шершньова З. Є., Баранчеев В., Сімонова В.С., Кравченко О. В., Ліпич Л. Г., Усик С.П., Перерва П. Г., Олешко В. В., Аванесова Н. Е., Андрієнко В. М., Бельтюков Є. А., Некрасова Л. А., Наливайко А. П. та інші.

Відомими дослідниками поняття «конкурентна стратегія» у світі та в Україні є М. Портер, Г. Стейнер, Ф. Котлер, Дж. Майєр, А.Д. Літл, М. Мінцберг, М. Альберт Мескон, А. Стрікленд, А. Томпсон, Г. Азоєв, Г. Гольдштейн, І. Ансофф, Ю. Іванов, М. Круглов, В. Адамик, Р. Фатхутдінов, А. Юданов та ін.

Кожен фахівець представляє своє бачення процесу розробки та реалізації конкурентної стратегії. При цьому всі вони пропонують різні визначення поняття «конкурентна стратегія», їх класифікації та інструментарій розробки. Тому досі не існує єдиної схеми процесу розробки та реалізації стратегій, що свідчить про актуальність даної теми.

Мета дослідження — визначити етапи процесу розробки та реалізації конкурентної стратегії та охарактеризувати їх.

Конкурентної стратегії є інструментом реалізації загальної (корпоративної) стратегії компанії.

М. Портер зазначає, що конкурентна стратегія — ділова стратегія будь-якої організації, в основі якої лежить конкурентна перевага [1].

І. Ансофф у свої працях зазначає: «конкурентна стратегія — це стратегія, що концентрується на діях і підходах, які пов'язанні з управлінням та спрямовані на забезпечення успішної діяльності в одній специфічній сфері бізнесу (стратегічній зоні)» [2].

Ми вважаємо, що доцільним є визначення конкурентної стратегії як способу отримання стійких конкурентних переваг у кожній структурній одиниці підприємства шляхом конкурентної боротьби та за допомогою задоволення різних і змінних потреб споживачів краще за своїх конкурентів [3].

Щодо процесу формування конкурентних стратегій, то існують різні поєднання етапів. Наприклад: Портер М. вважає, що процес формулювання конкурентної стратегії складається з: аналізу структури і рушійних сил галузі; виявлення та оцінки альтернатив досягнення конкурентних переваг; аналізу типів конкурентних стратегій; вибору оптимальних альтернатив і формування системи конкурентних стратегій [4]. Іванов Ю. Б. запевняє, що даний процес складається з 4 етапів: оцінка існуючої стратегії, формування стратегії, оцінка ризику, вибір стратегічних альтернатив [5].

Ми більше схиляємося до думки, що процес розробки і реалізації конкурентної стратегії бізнес-організації складається з 7 етапів [6] (табл. 1).

Таблиця 1

ЕТАПИ ПРОЦЕСУ РОЗРОБКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ

Назва етапу	Зміст етапу	Відповідальний менеджер та його функції
Встановлення цілей	Для початку необхідно сформувати місію організації. Далі визначаються цілі та здійснюється їх структуризація.	Топ-менеджмент визначає місію та загальні цілі розвитку підприємства.
Аналіз зовнішнього середовища	Визначаються сприятливі можливості бізнес-організації і загрози, які перешкоджають просуванню організації до встановленої мети.	Спеціалісти підрозділів здійснюють аналіз внутрішнього і зовнішнього середовища компанії, складають прогнози та сценарії розвитку подій. Функціональні керівники формують своїм підлеглим завдання щодо аналізу середовища.
Аналіз внутрішнього середовища	Визначаються сильні і слабкі сторони підприємства.	
Визначення мети та постановка задач	Визначається мета діяльності організації та задачі, що сприятимуть досягненню мети.	Функціональні менеджери та менеджери оперативних підрозділів самостійно формують мету та задачі для свого підрозділу.
Аналіз стратегічних альтернатив та вибір конкурентної стратегії	Розроблюються варіанти стратегій. Здійснюється їх оцінка з точки зору досягнення цілей та мети бізнес-організації. Обирається найкраща стратегія з даного переліку.	В процесі аналізу альтернатив та вибору стратегії беруть участь менеджери всіх рівнів, також в цей процес можуть залучатися працівники.
Планування реалізації конкурентної стратегії	Здійснюється розробка детального плану застосування обраної конкурентної стратегії в діяльність організації. Визначаються терміни реалізації та очікувані результати на кожному з етапів плану.	Менеджери середнього та нижнього рівнів, а також фахівці підрозділів розробляють оперативні плани.
Реалізація стратегічних рішень	Складання планів реалізації та бюджетів, спостереження та контроль за реалізацією. Ухвалені стратегічні рішення доносяться до відповідних виконавців.	Топ-менеджмент керує процесом прийняття стратегічних рішень, проводить перегляд плану реалізації, контролює процес. А самі рішення реалізуються як менеджерами всіх рівнів так і працівниками організації.

Важливо також не забувати про аналіз ефективності обраної конкурентної стратегії. Цей крок здійснюється за допомогою оцінки результатів використання оборотних і основних фондів, нематеріальних активів, фінансових, інформаційних і трудових ресурсів. Тобто, варто досліджувати витрати ресурсів підприємства та чи ефективно вони використовуються, резерви підвищення ефективності виробництва та намагатися їх використати і т.п.

Управління реалізацією конкурентної стратегії включає в себе: постановку завдань; визначення їх важливості; встановлення термінів їх виконання; визначення відповідальних; встановлення показників для контролю [7] (рис. 1).

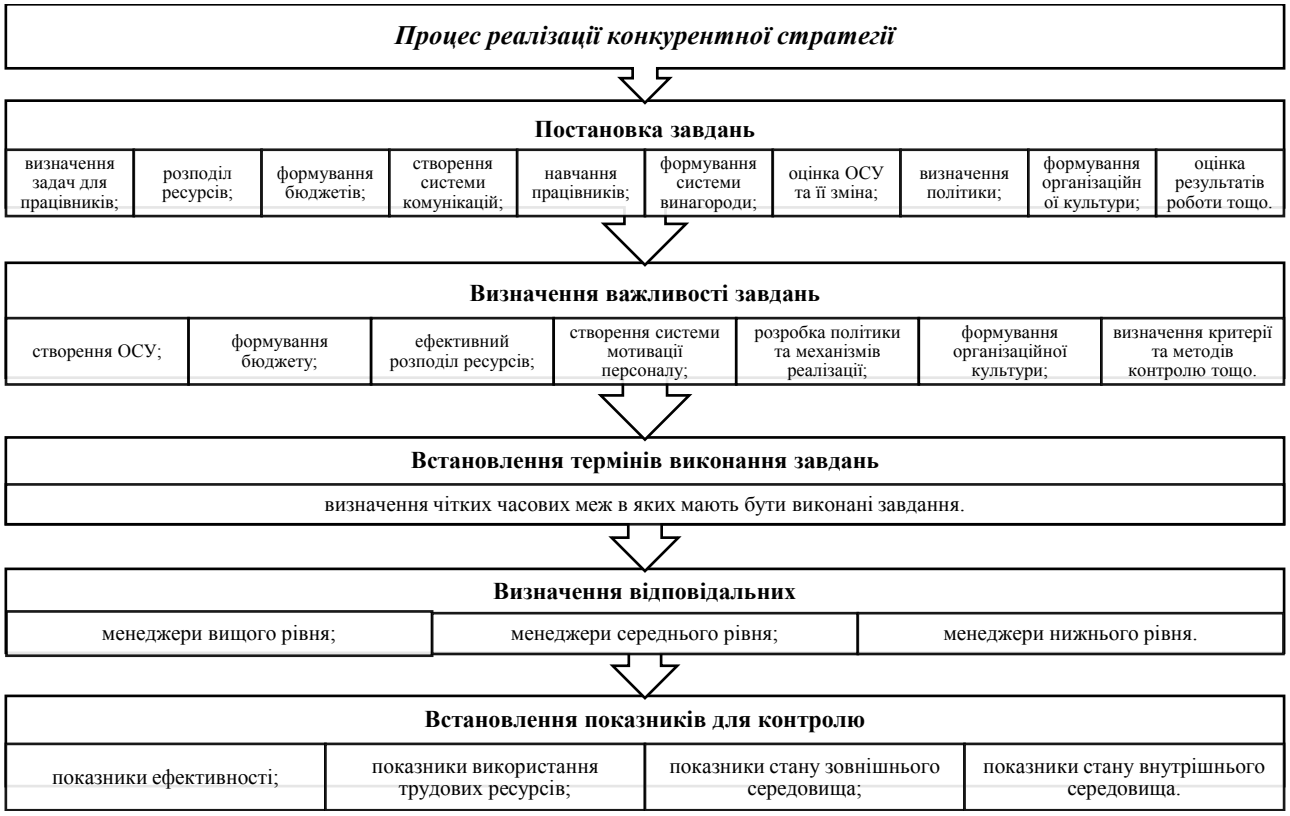


Рис. 1. Схема процесу реалізації конкурентної стратегії

Завданнями менеджера в процесі формування і реалізації конкурентної стратегії є [8]:

- визначити вид комерційної діяльності бізнес-організації і формувати стратегічні напрями його розвитку. Тобто менеджер повинен сформувати цілі та довгострокові перспективи розвитку організації;
- визначити задачі та роботи для досягнення поставлених цілей;
- реалізувати сформований план діяльності, щоб досягти бажаних результатів і показників;
- ефективно реалізувати обрані стратегії;
- оцінити зроблену роботи, проаналізувати ситуації на ринку, внести певні корективи в основні напрями діяльності організації, цілі, стратегії у результаті набутого досвіду, зміни умов, нових ідей чи нових можливостей.

Література:

1. Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов; 2-е изд.; пер. с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. — С. 1–74.
2. Ансофф И. Стратегический менеджмент / Пер. з англ. — М.: Экономика, 1989. — 358 с.
3. Саєнко М.Г. Стратегія підприємства: Підручник. — Тернопіль: «Економічна думка». — 2006. — 390 с.
4. Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / Пер. с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. — 715 с.
5. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства / За заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Іванова Ю. Б., д-ра екон. наук, проф. Тищенка О. М. — ІНЖЕК, 2006 — 384 с.
6. Управління конкурентоспроможністю підприємства: Навч. посіб. / [С.М. Клменко, Т.В. Омельяненко, Д.О. Барабась, О.С. Дуброва, А.В. Вакуленко.] — К.: КНЕУ, 2008. — 520 с.
7. Менеджмент організацій: Підручник / За заг. ред. Л. І. Федулової. — К.: Либідь, 2004. — 448 с.
8. Економіка і підприємництво, менеджмент / [С.М. Рогач, ТА. Гуцул, В.А. Ткачук та ін.]. — К.: ЦП «Компринт», 2015. — 714 с.

Бурма Ю. В.
«Підприємництво», 5 курс,
Зань В. В.
«Економічна аналітика», 5 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри менеджменту Скитьова Г. С.

ЗАХИСТ КОНФІДЕНЦІЙНОЇ ІНФОРМАЦІЇ ВІД ШПИГУНСЬКИХ АТАК В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Вступ. XXI століття — ера технологій та інноваційного розвитку бізнесу. Практика більшості успішних країн з розвиненою ринковою економікою, таких як Німеччина, Японія, Сінгапур, США та інші, свідчить про те, що діджиталізація процесів є однією із умов ефективного функціонування національної економіки та виведення її на новий щабель розвитку. Проєктна діяльність є однією з форм інноваційних методичних підходів, при цьому наразі існує тенденція до зростання кількості хакерських вторгнень і несанкціонованого заволодіння конфіденційною інформацією, яка не лише може бути стратегічно важливою, а й «витік» якої може призвести до непередбачуваних економічних наслідків. Це стосується як і приватних підприємств, так і проєктних розробок державного рівня. Незважаючи на те, що в умовах розвитку сфери програмування підвищується рівень інформаційної безпеки загалом, кількість випадків хакерських вторгнень продовжує стрімко зростати. Як показує практика, значну загрозу роботі ПЗ, на якому зберігаються цифрові дані, несуть саме нові види шкідливого програмного забезпечення. Лише за останні кілька років такі віруси-шифрувальники, як WannaCry, NotPetya, Locky та BadRabbit, нанесли економічну шкоду компаніям і підприємцям більш, ніж на 53 млрд доларів США [1]. Це свідчить про необізнаність компаній в умовах потенційної хакерської загрози та незнання основних методів захисту, які дозволять мінімізувати збитки.

Методи дослідження. Для проведення аналізу були використані такі методи дослідження: теоретичний аналіз (для розкриття теоретичних аспектів поняття «кібербезпека»), методи економічного аналізу, синтезу, узагальнення, порівняння, збору та обробки інформації.

Огляд фахової літератури. Оскільки не існує єдиного підходу до визначення поняття кібербезпеки в умовах динамічних інноваційних змін, то варто звернути увагу на дослідження таких учених, як Ю.М. Батурін, П.Д. Біленчук, М.С. Вертузаєв, В.Б. Вєхов, В.О. Голубєв, М.Д. Діхтяренко, Н.А. Селіванов.

Результати дослідження. Поняття кібербезпеки, в першу чергу пов'язано з діджиталізацією процесів. Воно розглядає середовище існування з точки зору можливості взаємодії людей, програмного забезпечення і послуг в інтернеті за допомогою технологічних пристроїв і мереж, під'єднаних до них, якого не існує в будь-якій фізичній формі. Тому, кібербезпека проєктної діяльності полягає у безпеці комп'ютерного та телекомунікаційного обладнання, програмного забезпечення і мереж. На сьогоднішній день продовжується кібер-війна нашої держави з Росією, під час якої Україна практично стала платформою для атак російських хакерів. Кожного місяця в Україні прослідковуються шпигунські вторгнення в цифрові дані від 3000 до 3500 разів. У той же час, на глобальному рівні кожна друга промислова компанія піддається впливу хакерів у середньому до 5 разів за рік. У випадку, якщо промислова компанія або фінансова установа має справу з особистими даними фізичних осіб, то кібер-атаки та крадіжка інформації — це фактори ризику, які завдають підприємству репутаційних та фінансових збитків. З іншого боку, існує таке поняття як фішинг, яке передбачає добровільну передачу конфіденційної інформації без будь-яких для того логічних підстав. Це певна схема, за якої хакери змушують користувачів передавати конфіденційну інформацію. Цей вид шахрайства заснований на довірі та заволодінні злочинцем аккаунтом іншого користувача. Також існує поняття фармінг, яке з практичної точки зору передбачає процес зміни остаточного місцезнаходження потенційної жертви у мережі Інтернет, тобто її перенаправлення за помилковою адресою, наприклад це імітація сторінки авторизації в соціальну мережу з метою заволодіння логіном і паролем від облікового запису [2]. Також угруповання, яке стоїть за такою хакерською компанією, як Turla, вразило сотні тисяч комп'ютерів, у більше аніж у 45 країнах усього світу, котрі належать державним установам, посольствам, військовим, дослідницьким центрам і фармацевтичним компаніям. Мета кіберзлочинців полягає у зборі не-

обхідної або конфіденційної інформації з комп'ютерів жертв. Проблема кібербезпеки це — проблема не професійна та не технологічна, а проблема спецслужб, які повинні забезпечувати безпеку роботи підприємств. Також українці були жертвами таких кампаній, як CosmicDuke, MiniDuke, Agent.btz, Epic Turla, TeamSpy, BlackEnergy і Red October. За даними, 86 % підприємств визнають, що потрібно розвивати кібербезпеку більш системно, аби мати змогу уникнути більшості труднощів [3]. До основних перешкод підвищення кібербезпеки підприємств належать недостатнє фінансування; нестача або відсутність кваліфікованих кадрів; нестача розуміння або підтримки з боку керівництва організації.

На нашу думку, одним із найголовніших способів захисту конфіденційної інформації є, в першу чергу, якісне антивірусне програмне забезпечення, запуск ліцензованого ПЗ, міжмережевий екран, які перешкоджають зловмиснику заволодіти доступом до цифрових даних. Для того, аби завадити шпигуну скористатись інформацією та перешкодити несанкціонованому доступу, застосовують систему критеріїв захищеності інформації. Для характеристики основних критеріїв інформаційної безпеки досить часто застосовують модель тріади CIA: конфіденційності, цілісності та доступності. При цьому забезпечення цих трьох понять в умовах кіберпростору стало однією з глобальних проблем XXI століття та метою ефективного функціонування держави, економіки та суспільства в цілому. Наряду з моделлю CIA для характеристики критеріїв інформаційної безпеки використовують такі фактори, як апелювання (можливість доведення авторства конкретної особи), підзвітність (можливість фіксації діяльності користувачів інформаційної системи), достовірність (ступінь об'єктивного, точного відображення подій і фактів, що мали місце в визначений період часу), автентичність (гарантування ідентичності заявленим суб'єктам або ресурсам). Одним з методів управління безпекою на підприємстві є застосування Microsoft Azure Sentinel, яке забезпечує розумну аналітику безпеки в масштабах хмар для всього підприємства. Azure Sentinel дозволяє легко збирати дані безпеки в рамках гібридної організації — від пристроїв до користувачів, додатків, серверів будь-якої хмари [4]. Такий метод управління безпекою на підприємстві дозволяє використовувати силу штучного інтелекту, щоб забезпечити швидке виявлення реальних загроз і уникнути застосування великої кількості людських ресурсів задля усунення наслідків кібератаки задля отримання інформації проектної діяльності. У даний час у галузі захисту інформації одним із найдинамічніших напрямів розвитку є розробка нейромережевих засобів біометричної аутентифікації користувачів. Найбільшого поширення набули системи, що ідентифікують користувача на підставі аналізу таких біометричних ознак людини, як геометрія рук, вух, обличчя, кровоносних судин на руках або поверхні дна очного яблука, а також шкірних покривів пальців користувача. Перевірка автентичності користувача додатків бази даних найчастіше здійснюється або через відповідні механізми операційної системи, або через певний SQL-оператор: користувач ідентифікується своїм ім'ям, а засобом автентифікації служить пароль. Методи захисту баз даних: захист паролем, розмежування прав доступу до об'єктів БД, захист полів і записів таблиць БД. Також, для обмеження доступу до даних інших, користувач програмного забезпечення повинен використовувати двохфакторну аутентифікацію. Ще одними ефективними засобами захисту, як від зовнішніх загроз, так і від внутрішніх, є також: застосування для особливо важливої інформації криптографічних методів захисту (шифрування), обмеження доступу в приміщення, установка систем захисту від витоків інформації через електронну пошту, FTP-сервери і Інтернет-месенджери, захист інформації від копіювання. Для банківських установ, важливо забезпечувати безпечний доступ в Інтернет-банкінг і в мобільні додатки за допомогою двохфакторної автентифікації, мінімізації ризиків у випадку втрати мобільного телефону тощо.

Висновки і пропозиції. На нашу думку, проблема боротьби з кіберзлочинністю, шпигунськими атаками задля отримання конфіденційної інформації — це актуальна проблема для нашої країни, яка ще більше посилюється в умовах кризи та пошуку конкурентами незаконних способів завоювання економічної ніші та лояльності клієнта, для ефективного вирішення якої, слід впроваджувати діючу стратегію кібербезпеки держави, в основі якої необхідно: створити безпечний кіберпростір, вдосконалити українське законодавство у сфері боротьби з кіберзлочинністю; створити механізм партнерства в інформаційному суспільстві для взаємодії та координації заходів щодо забезпечення кібербезпеки; забезпечити підготовку висококваліфікованих IT-фахівців для запобігання будь-яким злочинам в інформаційному та комп'ютерному просторі, а також застосовувати прості форми захисту даних компаніями та управлінцями, що допоможе мінімізувати потенційні втрати та реалізовувати проєкти без будь-яких перешкод з боку конкурентів.

Література:

1. McAfee Labs Threat Report / [Електронний ресурс]. — Режим доступу : https://www.mcafee.com/ru/resources/reports/rp-quarterly-threats-sept-2017.pdf
2. Закон України «Про основні засади забезпечення кібербезпеки України». Електронний ресурс. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2163-19 (дата відклику 17.03.19)
3. Киберпреступность в мире. Состояние киберпреступности в различных регионах мира // [Электронный ресурс]: [Веб-сайт]. — Электронные данные. — Режим доступа: http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Киберпреступность_в_мире (дата обращения 21.02.2019)
4. Azure Sentinel: офіційна сторінка сервісу [Електронний ресурс] // Сайт Microsoft. — Режим доступу: https://azure.microsoft.com/en-us/services/azuresentinel (дата звернення 12.03.2019).

Зань В. В., Кос І. О.
«Економічна аналітика», 5 курс ДВНЗ
«Київський національний економічний університет імені
Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри менеджменту Скитьова Г. С.

СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ КОНСАЛТИНГОВОЮ КОМПАНІЄЮ

Вступ. Світова економіка суттєво змінюється і прогресує у соціально-економічному напрямі. Сьогодні світ котре зіткнувся з фінансово-економічною кризою, йде процес переосмислення та змін у суспільних устроях, способах відтворення. У нашій країні активно ведуться дискусії про певний економічний розподіл, результат, яких дав би можливість найбільш ефективно його використовувати, максимізувати прибуток, внаслідок здійснення економічної діяльності. Саме в умовах господарювання з'являється потреба консалтингу, в умовах якого фахівці здійснюють аналіз діяльності компанії, поглиблено займаються комплексними питаннями стратегічного розвитку. Ефективність надання консалтингових послуг забезпечується відповідним рівнем консалтингової взаємодії, а в свою чергу, ефективність реалізації цієї взаємодії залежить від злагодженої роботи функціональних підрозділів компанії, раціонального використання часу та ресурсів.

В умовах інтенсивної конкурентної боротьби, підвищення вимог до якості надання послуг, менеджмент надає безліч інструментів управління компанією, однак у процесі користування ними виявляються їх недоліки, що спричиняють негативні зміни в організаційній діяльності, консалтингової компанії, тому постає проблема впровадження прогресивних управлінських технологій, що здатні ефективно вирішувати завдання консалтингового бізнесу.

Мета і методи дослідження. Метою дослідження є визначення сучасних інструментів управління консалтинговою фірмою, та їх вплив на ефективність діяльності компанії. Для досягнення мети було використано такі методи наукового дослідження: критичного аналізу наукової та методичної літератури.

Огляд фахової літератури. Питання розвитку консалтингових фірм досліджуються в працях багатьох зарубіжних учених. У вітчизняній науковій літературі переважно відбувається аналіз зарубіжного досвіду формування консалтингу, зокрема управлінського, а також досліджуються аспекти консалтингових послуг з урахуванням специфіки української економіки. Серед вітчизняних і зарубіжних науковців важливий внесок у розвиток теоретичної бази консалтингу внесли Е. Бейч, С. Бісвас, А. Блінова, В. Верба, Л. Грейнер, А. Кононюк, М. Курба, Ю. Лапигіна, Т. Решетняк, Ф. Хміль, В. Новицький, С. Цимбалюк. Незважаючи на значну кількість наукової літератури на тематику консалтингу, недостатньо уваги приділяється питанням дослідження пріоритетних інструментів розвитку консалтингу в Україні.

Результати дослідження. За сучасних умов функціонування консалтингових компаній дещо змінилось загальне поняття про ведення бізнесу. Зміни у роботі компаній вплинули, у свою чергу, на всі елементи системи управління. Це викликало потребу у запроваджені сучасних інструментів, що дозволять пристосувати підприємство до тенденцій, що панують на ринку консалтингових послуг.

Як таке, управління підприємством означає форму економічних відносин або дії, що впливають на процеси і систему, що зберігає її стійкість. Управління виникає тоді, коли керівником розробляється рішення, новий порядок відносин, між елементами системи для

подолання проблемної ситуації, коли встановлюються зв'язки між структурними підрозділами, часом пов'язані з модифікацією організаційної структури [1]. Однією з основних особливостей ефективного управління загалом є система, яка має змогу забезпечити адаптацію компаній до змін, що відбуваються у бізнес-середовищі, із врахуванням потреб потенційних споживачів. Кожна компанія, що працює на ринку надання консалтингових послуг, здійснює свою діяльність в умовах невизначеності та великого ризику, а також перебуває під дією внутрішніх і зовнішніх чинників. Це змушує приймати управлінські рішення, вводити нові інструменти, які могли б зменшити негативний вплив на результати діяльності [2].

Базисом ефективного управління консалтинговою компанією можна назвати інструмент бізнес моделювання «Business Model Canvas». Експерти компанії IBM довели, що існує стійка залежність між ростом прибутку та використанням технологій бізнес-моделювання у компанії. Якісна бізнес-модель дозволяє визначити ціннісні вподобання споживачів, канали збуту та інші сегменти. Також модель допомагає відповісти на такі запитання: «що за компанія», «які послуги надає», «хто є споживачем», що додає розуміння про бізнес.

Business Model Canvas — один із інструментів стратегічного управління для компаній, який дозволяє зробити опис пропонованого проекту або проаналізувати модель бізнесу, яка вже використовується, з позицій її ефективності та можливостей розвитку [3]. Інструмент дозволяє охопити повний набір головних елементів бізнес-моделювання для побудови ефективного бізнесу компанії. Важливо, щоб кожен блок взаємодіяв один з одним, тільки у такому разі можна отримати обґрунтовані відповіді на основні питання управління консалтинговою компанією. Після визначення кожного блоку моделі, компанія може зрозуміти матеріально-технічну базу власного бізнесу, таким чином зможе самостійно створювати нові бізнес-моделі. Ще однією перевагою є те, що модель дозволяє пов'язати та збалансувати будь-яку організацію, отримати методологічну основу для розкриття інформації та інтегрувати у неї важливі показники управлінської, а також фінансової звітності [4]. Консалтинговим компаніям рекомендовано розроблювати бізнес-модель, аби краще зрозуміти хто їх основний споживач, як з ним співпрацювати. Даний управлінський інструмент допомагає побудувати оптимальну модель бізнесу, на базі якої потім приймаються управлінські раціональні рішення, що допоможуть забезпечити стійкість та конкурентоспроможні переваги для компанії.

Ще одним сучасним інструментом управління консалтинговою компанією є технологія Scrum, що набула популярності в останні роки. Ідея полягає в ефективному управлінні командами, що сформувалась на принципах Тайм-менеджменту. Це потребує меншої кількості працівників, економить людські, часові ресурси, тому що в кожного учасника консалтингової команди є своє завдання, конкретні строки здачі [5]. Як правило, якість виконання на порядок вищий, оскільки кожен має зону відповідальності за надане йому завдання. Scrum-master-людина у консалтинговій фірмі, що виконує опосередковану роль між консультантами, замовниками і топ-менеджментом. Працюють за управлінськими методиками з менеджменту, тайм-менеджменту та стрес-менеджменту. Scrum-masterи відповідальні за спроможність команди виконувати поставлені завдання, проводять моніторинг, що допомагає підвищити ефективність команд, що сприяє збільшенню цінності консалтингової послуги, а також вирішують складнощі, які можуть виникнути. Тобто така технологія допомагає краще і швидше зрозуміти завдання від замовників консалтингових послуг.

Висновки. Отже, за сучасних умов функціонування консалтингових компаній суттєво змінилось загальне поняття про ведення бізнесу, що вплинуло на всі елементи системи управління. Інструментами ефективного управління консалтинговою компанією сьогодні, на наш погляд, є «Business Model Canvas», а також технологія Scrum для гнучкого прийняття та впровадження ефективних управлінських рішень. Саме поєднання таких інструментів, як ми вважаємо, може допомогти консалтинговим компаніям підвищити якість надання послуг, зосередитись на певному сегменті споживачів, що поліпшить ефективність функціонування компаній у майбутньому та підвищити експертність вітчизняних консультантів, що в свою чергу, зменшить залежність від послуг іноземних експертів.

Література:

1. Бугров Д. Метрика эффективности / Д. Бугров [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http: // www.vestnikmckinsey.ru.

2. Мазур В.С. Нові підходи і форми менеджменту, як особливого типу управління / В. С. Мазур // Пріоритети економічного розвитку України: історія та сьогодення. — Вінниця, 2016. — С. 178–183.

3. Лунин В.Е. Формирование ценностного предложе ния клиентам компании на основе бизнес модели Canvas / В.Е. Лунин, Н.Е. Кубина // Молодой ученый. — 2015. — № 21.1. — С. 45–49.
4. Куцик П.О. Бізнес модель компанії та її відображен ня у корпоративній звітності / П.О. Куцик // Вісник Львівської комерційної академії: зб. наук. праць. Сер. еко номічна. Вип. 49. — Львів: Видавництво Львівської комер ційної академії, 2015. — С. 8–20.
5. Scrum (development) [Электронний ресурс] — Режим доступа: http://en.wikipedia.org/wiki/Scrum_(development).

Кобринська А. О.
«Менеджмент бізнес-організацій», 3 курс,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
к.е.н., професор кафедри менеджменту, Батенко Л. П.

СУЧАСНІ ТРЕНДИ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО ДИЗАЙНУ

Організації схильні до різних постійно мінливих внутрішніх і зовнішніх впливів, таких як організаційна стратегія і умови навколишнього середовища, що яскраво підтверджується сучасною ситуацією світової пандемії коронавірусу. З них особливе значення мають тренди глобального ринку і зростаюча глобальна конкуренція, а також виникнення економіки, заснованої на знаннях, яка характеризується високим рівнем розвитку комунікаційних та інформаційних технологій. У відповідь на ці фактори з'являються нові форми організаційного дизайну в цілому і організаційної структури зокрема.

Чому організаційний дизайн опинився вгорі списку як найважливіша складова виявлених у ході опитування глобальних тенденцій розвитку людського капіталу протягом двох років поспіль? Відповідь проста: те, як працюють високопродуктивні організації сьогодні, кардинально відрізняється від того, як вони діяли 10 років тому. Проте, багато інших організацій продовжують працювати відповідно до моделей індустріального віку, яким понад 100 років, і які є обтяженими успадкованими практиками, системами і моделями поведінки, з якими необхідно боротися і від яких варто відмовитися, перш ніж розпочинати справжні зміни.

По мірі того, як організації стають усе більш цифровими, вони стикаються зі зростаючим імперативом переробити дизайн, щоб рухатися швидше, швидше адаптуватися, сприяти швидкому навчанню та сприймати динамічні вимоги до кар'єрних змін своїх співробітників.

Актуальність даного дослідження не викликає сумнівів, адже, на жаль, на практиці більшість структур підприємств не є оптимальними: їм притаманні низька гнучкість, внутрішня суперечливість зв'язків, неефективне управління. Такий стан речей пояснюється відсутністю достатнього управлінського досвіду у керівників, браком знань про сучасні методи і підходи до проектування організаційних структур і управління ними. На сьогоднішній день питання сучасних ефективних трендів організаційного дизайну є як ніколи доречним. У зв'язку із карантинними умовами, організації гостро відчувають потребу в гнучкості та вмінні організувати віддалену роботу персоналу, адже в умовах кризи, через неготовність до сучасних тенденцій та небажання до їх наслідування, багато компаній несуть неабиякі збитки.

Метою роботи є дослідження та позиціонування організаційного дизайну та його сучасних трендів як важливої складової функціонування підприємства з високим потенціалом вкладу в ефективність його діяльності.

Організаційний дизайн є ключовою темою у літературі з теорії управління та організаційної теорії. Творцем теорії організаційного дизайну вважають Генрі Мінцберга. Його теорія, описана у праці «Структура в кулаке: создание эффективной организации», отримала назву — «Структура 5». Структура організації, за Г. Мінцбергом, визначається як проста сукупність способів, за допомогою яких процес праці спочатку розподіляється на окремі робочі завдання, а потім досягається координація дій щодо їх вирішення [5]. Не менш визнаними дослідженнями є роботи таких науковців, як: Р. Тернер, П. Друкер, Р. Саймонс, Л. Борисова, К. Черчілль, Л. Льюїс, П. Лоренс, Дж. Лорш, А. Райс, Дж. Томпсон, П. Блау, Р. Шоєнхерр, Дж. Чайлд, Р. Менсфілд, Дж. Хейдж і М. Айкен, Дж. Гелбрейт, Д. Надлер, М. Тушман та інші.

Термін «організаційний дизайн» з'явився в економічній літературі порівняно недавно. Його виникнення пов'язане з необхідністю комплексного підходу до аналізу і побудови під-

приємства як відкритої системи, на всі аспекти діяльності якого істотний вплив чинять мінливі зовнішні умови ведення бізнесу. Як демонструє світова практика, на сьогоднішній день існує необхідність переходити від традиційної організаційної структури підприємств до нових форм організаційного дизайну. Адже організаційний дизайн — це гнучка, нечітка будова, заснована на вільному русі інформації, що дає змогу забезпечити швидку реакцію на ринкові зміни, яка базується на творчому об'єднанні унікальних знань, навичок і компетенцій персоналу, створенні команд і проектних груп, орієнтованих на досягнення як найповнішої відповідності створюваних структур, процесів і середовища можливостям і потребам зацікавлених сторін.

У минулому більшість організацій були спроектовані для підвищення ефективності та результативності, що призвело до складних організацій. Запроваджені бізнес-моделі, засновані на передбачуваних комерційних моделях, не підходять для епохи непередбачуваності і руйнівних змін. Замість простої ефективності успішні організації повинні бути розраховані на швидкість, гнучкість і адаптивність, щоб вони могли конкурувати і перемагати в сучасному глобальному бізнес-середовищі.

Одним з ключових сучасних трендів організаційного дизайну є відхід від ієрархічних організаційних структур до моделей, де робота виконується в командах. Дійсно, лише 14 % керівників вважають, що традиційна організаційна модель з ієрархічними рівнями підпорядкування, робить їх організацію високоефективною. Натомість провідні компанії підштовхують до більш гнучкої, орієнтованої на команду, моделі. Вони розуміють, що «гнучкість і співробітництво» мають переломне значення для успіху організацій. Нещодавно провідний північноамериканський банк виступив з ініціативою розробити новий спосіб роботи, щоб швидше та ефективніше доставляти рішення. Запропонована операційна модель була зосереджена на впровадженні гнучких практик і використанні мережевих крос-функціональних команд розробників, кодувальників, бізнес-аналітиків та експертів із дизайну, орієнтованих на конкретний результат — працездатний продукт. Закінчивши роботу в одній області, команди будуть перерозподілені і розпочинатимуть наступний проект. У початкових пілотних проектах банк довів, що такий тип організаційного підходу може кардинально збільшити швидкість циклу розвитку.

Щодо інших трендів сучасного організаційного дизайну, то варто сказати про такі, як:

Цифрова трансформація.

Сьогодні майже кожен бізнес певною мірою оцифрований. Деякі компанії — наприклад, Uber та Amazon — використовували цифрові рішення для створення бізнес-моделей, які були б немислимими у 1980-х. Майже кожен бізнес може отримати вигоду від використання штучного інтелекту, даних та аналітики, інших технологій для вдосконалення своїх можливостей та результатів. Однак використання цього потенціалу вимагає сильного лідерства та готовності до змін та адаптації.

Віртуальне з'єднання.

Цифрова тенденція пов'язана з концепцією дизайну організації, яка змінює спосіб компанії створювати цінність та отримувати владу та вплив. Замість того, щоб намагатися володіти та контролювати всі засоби виробництва та ресурси, підприємства використовують силу взаємовідносин та технології для створення цінності. Прикладами таких компаній можуть слугувати: Toyota, Ford, Citizens Bank, Amazon, Coursera, Duolingo.

Agile (або гнучкість).

Agile — це ще одна тенденція дизайну організації, яка має своє коріння в цифровому світі. Це спосіб роботи, який дозволяє компанії швидше реагувати на зміни на ринку, і це може призвести до гнучкішої та водночас стійкої організації. Розбиваючи складні процеси на короткі спалахи цілеспрямованої діяльності, способи Agile-роботи дозволяють організації створювати нові продукти та реагувати на відгуки клієнтів набагато швидше, ніж за допомогою традиційних засобів. Яскравими представниками компаній, що використовують цей підхід, є: Clydesdale and Yorkshire Bank, General Electric, Cargill, Adobe. Серед компаній в Україні варто зазначити: Accenture Uklon, Ciklum, Ignite, Sytoss.

Від процесів змін до постійного розвитку.

У багатьох компаніях організаційні зміни розглядаються як процес з початком, серединою та кінцем, коли цілі були досягнуті. Цей підхід замінюється трансформацією, тобто постійним організаційним розвитком. Замість того, щоб отримати ідеальний план, підприємства хочуть тих змін, де відомий лише загальний напрямок, а шлях до остаточного пункту призначення розробляє команда зі всіх працівників організації.

Можна сказати, що організаційний дизайн не тільки формує, але і також обмежує можливий вибір, тобто способи проектування робіт. Проте, коли нові його тренди дадуть змогу змінювати тип організацій, робота в команді, мабуть, стане нормальним явищем у бізнесі, а

динамізм стане новою головною ознакою організацій. Створення та підтримка команд будуть головними завданнями лідерів. Програмне забезпечення, яке допомагає компаніям отримати вигоду від об'єднання, також стане звичним явищем. Провідні організації запропонують працівникам динамічні можливості розвитку, та й компанії, які продовжать працювати по-старому, швидше за все, будуть намагатися змінюватись. Гнучкіші організації матимуть певні переваги, тому усім організаціям слід іти в ногу з часом і слідкувати за тенденціями сучасного організаційного дизайну.

Варто зазначити, що сучасним трендами організаційного дизайну слідують здебільшого зарубіжні компанії. На превеликий жаль, українські організації не зовсім прагнуть до змін, яких потребує сучасність. Вітчизняним організаціям слід переймати позитивний досвід зарубіжних компаній та орієнтуватись на сучасні тенденції у підходах до організаційного дизайну для більш ефективної діяльності та підвищення своєї конкурентоспроможності.

Література:

1. Назарчук Т.В., Косіюк О.М. Менеджмент організацій. Навчальний посібник / Т.В. Назарчук, О.М. Косіюк. — К.: Центр учбової літератури, 2015.
2. Борисова Л.Г. Организационный дизайн. Современные концепции управле ния: учеб. пособие / Л.Г. Борисова. — М.: Акад. нар. хозяйства при Правительстве Рос. Федерации: Дело, 2015.
3. Ilkka Mäkitalo «Top 7 organizational change trends in 2020 and beyond.»-[Electronic resourse]. — Available from: https://www.howspace.com/resources/organizational-change-trends
4. J. Bersin, A. Rahnema, T. McDowell, Y.V. Durme «The organization of the future: Arriving now» — [Electronic resourse]. — Available from: https://www2.deloitte.com/us/en/insights/focus/human-capital-trends/2017/organization-of-the-future.html
5. Минцберг Г. Структура в кулаке: создание эффективной организации / Г. Минцберг; перевод с англ. Д. Раевской. — СПб.: Питер, 2011.

Матвієнко М. А., Рубінківська С. О.
«Економічна аналітика», 5 курс, ДВНЗ
«Київський національний економічний університет імені
Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри
менеджменту Скитьова Г. С.

МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ КОНСАЛТИНГОВОЇ КОМПАНІЇ

Актуальність проєктного дослідження. На початку XXI століття на світовому ринку спостерігається тенденція до глобалізації світової економіки, що викликає ускладнення всіх економічних процесів у світі як на глобальному, так і на національному рівнях. Будь-які зміни як внутрішнього, так і зовнішнього середовища впливають на траєкторію розвитку компаній. Сьогодні стають усе популярнішими діджиталізація, онлайн-послуги, еко-свідомість та підтримка екологічних фондів. Наприклад, провідна міжнародна консалтингова компанія «Bain and Company», яка спеціалізується на стратегічному консалтингу, разом із McKinsey & Company та BCG входить до так званої «Великої трійки», підтримує екологічні проєкти починаючи з 2000-х років. За цей час вони працювали більше ніж над 300 успішними проєктами з питань сталого розвитку [1]. Така відповідність діяльності компаній сучасним потребам та протистоянню загрозам і викликам підвищує їх рівень впізнаваності серед населення. Для того, щоб компанія не просто вижила, а й вийшла на новий рівень розвитку в глобальному середовищі в умовах швидких економічних, соціальних та екологічних зрушень необхідним є конкретний план дій. Маркетингова стратегія — це саме той ефективний інструмент, за допомоги якого компанія обґрунтовує свої цілі та встановлює їх пріоритети, визначає місію та своє місце серед конкурентів на ринку, а також шукає шляхи залучення клієнтів та утримання постійних споживачів своїх послуг.

Мета дослідження — розкрити значення маркетингової стратегії консалтингової компанії у конкурентному середовищі в умовах глобалізації сучасного ринку на прикладі міжнародних компаній, спроєктувати цей досвід на український ринок і сформувати перелік базових рекомендацій з підвищення ефективності маркетингової стратегії компаній у сучасних умовах.

Проблема дослідження. Консалтинговим компаніям складно реалізувати свою маркетингову стратегію, враховуючи всі особливості цільового ринку в умовах глобального та гіпердинамічного середовища. Компанії мають швидко вчитися грати за новими правилами і бути гнучкими, щоб вчасно реагувати на дії конкурентів і ринкові шоки. Вони мають постійно розвиватися, щоб досягти найкращого результату та найвищої якості своїх послуг. Маркетингова стратегія компанії завжди повинна бути на крок попереду стратегій своїх конкурентів.

Методи дослідження: аналітичний огляд наукової літератури, аналіз та порівняння різноманітних маркетингових стратегій, етапів її розробки та методів реалізації провідних компаній світу.

Огляд фахової літератури. Проблеми маркетингової стратегії консалтингових компаній є недостатньо висвітленими як у зарубіжній, так і в вітчизняній науковій літературі. Передусім, її аспекти розглядаються у працях іноземних (Ф. Котлер, Д. Джоббера, Г. Мінцберг, М. Мак-Дональд, Д. Хассі), а також вітчизняних науковців (Куденко Н.В., Ковальчук С.В., Гаркавенко С.С., Герасимчук В.Г. та інших).

Результати дослідження. Філіп Котлер, всесвітньо відомий гуру маркетингу, член правління «Американської асоціації маркетингу», професор міжнародного маркетингу Вищої школи менеджменту при Північно-Західному університеті, консультант з питань маркетингової стратегії таких відомих компаній, як General Electric, Bank of America, IBM, AT&T, Honeywell, Merck, автор актуальних посібників «Маркетинг 4.0: від традиційного до цифрового» та «Маркетинг від А до Я. 80 концепцій, які повинен знати кожен менеджер» є одним з провідних науковців, який досліджує роль маркетингових стратегій у сучасних умовах. Він визначає **стратегію маркетингу** як «раціональну, логічну побудову, керуючись якою організаційна одиниця розраховує вирішити свої маркетингові завдання. Вона включає конкретні стратегії по цільових ринках, комплексу маркетингу і рівню витрат на маркетинг» [7]. Також, він зазначає, що "маркетинг нині у поганому стані. Не теорія, а саме практика маркетингу". Особливу увагу він приділяє питанням, присвяченим висвітленню причин того, чому «маркетинг не працює» [8].

Складність і нестабільність економіки спонукають підприємців шукати перспективні напрями розвитку своїх компаній. В умовах кризи та в післякризовий період особливо підвищується роль стратегічної поведінки, яка може забезпечити ефективну діяльність на конкурентному ринку. Послуги консалтингових компаній з кожним роком стають усе необхіднішими через незмогу фірм самотужки проаналізувати свою діяльність та знайти шляхи її покращення в умовах швидких змін, розробки нових програм і величезного об'єму інформації. Сучасні умови господарювання визначили неможливість ізоляції від маркетингової конкуренції. Саме тому для консалтингової компанії успішна розробка маркетингової стратегії є дуже важливою, адже від неї залежить залучення нових клієнтів і захоплення бажаної частки ринку. Специфічність консалтингового продукту для певного цільового ринку визначає вибір інструментарію маркетингу, основними елементами якого мають бути відповідний комплекс маркетингових комунікацій, цінова політика, індивідуалізація послуг, управління попитом і пропозицією своїх консалтингових послуг.

Формування конкурентної маркетингової стратегії компанії є складним процесом. Все залежить від багатьох факторів: стану навколишнього середовища та економіки, доступності та наявності необхідної інформації про оточення компанії, кон'юнктури ринку, статусу та впізнаваності підприємства серед конкурентів і споживачів.

Сильний та успішний бізнес не можливий в умовах бідності, економічної та політичної нестабільності та змін клімату, тому компанія повинна брати участь у вирішенні глобальних соціальних, економічних та екологічних проблем заради загальної і власної вигоди. Наймовірно важливим є світовий досвід розробки маркетингових стратегій у таких умовах. Наприклад, компанія Deloitte, офіси якої представлені у більш ніж 150 країнах світу, надає свої послуги в межах певного географічного регіону та провадить свою діяльність відповідно до законодавства й нормативно-правових актів, що регулюють професійну діяльність на території країни [2]. Щороку компанія публікує Звіт про глобальний вплив, де розписано про кожне досягнення конкретної цілі компанії. Так, у 2018 році компанія інвестувала в розвиток освіти більше 217 млн доларів, що відповідає глобальним цілям сталого розвитку, за рахунок пожертв, волонтерської діяльності, професійної роботи та витрат на управління. Зараз у всьому світі існує шість закладів університету Deloitte, які щорічно навчають 90 000 людей [3]. Можна відзначити, що маркетингові підходи до управління підприємством уже стали звичними для керівництва і такими, що приносять очікуваний результат.

Більшість консультаційних фірм мають проблеми із залученням нових клієнтів. Однією з причин є персоніфікація продажу консультаційної послуги. Типовість рекламних текстів, які розробляються маркетинговими службами консалтингових фірм, призводить до того, що клієнти не в змозі відрізнити одну консалтингову фірму від іншої. Персоніфікація маркетингу консалтингової послуги сприяє ідентифікуванню клієнтом послуг конкретної консультаційної організації. Тому під час організації рекламної кампанії слід звернути увагу на те, що компанія бере участь у вирішенні важливих глобальних проблем. Результатом такої маркетингової діяльності є кількість і якість (інноваційний потенціал, профіль і місце фірми в галузі) нових клієнтів та тих, що перейшли від конкурентів.

Висновки і пропозиції. Для всебічного розвитку українських консалтингових компаній потрібен механізм, який забезпечував би їх розвиток в умовах кризи і в післякризовий період. Основою такого механізму повинна бути маркетингова стратегія, яка використовується як спосіб реалізації компанією власного потенціалу для досягнення успіху в її зовнішньому середовищі. Для того, щоб розробити успішну маркетингову стратегію консалтингової компанії в складних економічних, соціальних та екологічних умовах, необхідно дослідити ринок, розробити індивідуальну маркетингову стратегію та шляхи її реалізації. Також слід встановити довгострокові та реальні цілі, процес досягнення яких враховує динамічність навколишнього середовища та максимально конкретизувати їх, зважаючи на основні види діяльності, взаємовідносини з клієнтом, співпрацю з партнерами, територіальні обмеження, сегменти клієнтів, канали розподілу, структуру витрат, потоки доходів, ключові ресурси, ціннісну пропозицію та постійно адаптувати стратегію до змін внутрішнього і зовнішнього середовища. Рекомендацією також є адаптування діяльності компанії під ті можливості, які будуть сприяти її виходу на міжнародний ринок.

Основною рушійною силою в умовах процесу глобалізації є конкуренція, яка зумовлює необхідність створення та впровадження багатьох стратегій. Маркетингові стратегії насамперед залежать від конкурентної структури галузі. Конкуренція на ринках весь час посилюється, що викликає перерозподіл конкурентних сил. Тому для консалтингових компаній необхідно бути готовими до гнучких стратегічних рішень, які дозволятимуть з мінімальними затратами часу та ресурсів переорієнтовуватись на нові ситуації та настрої на ринку, що дозволятиме ефективно користуватися власними конкурентними перевагами. Конкурентні переваги компанії можна розробити на основі матриці «General Electric/McKinsey» відомої як матриця «екран бізнесу». Вона заснована на оцінці довгострокової привабливості галузі та конкурентоспроможності компанії, тобто її сильних сторін [4]. Значення кожного з цих факторів відтворюється за трибальною шкалою: високе — середнє — низьке, тому матриця має розмірність 3х3 і вміщує дев'ять квадрантів [5]. Слід врахувати такі категорії привабливості: масштаб ринку, темпи зростання, потенціал розвитку ринку, можливість проведення рекламної діяльності, можливість розробки нових послуг, якість наданих послуг. Та розмістити кожний стратегічний підрозділ компанії на полі матриці із значенням місткості ринку. На основі отриманих результатів, визначаємо які послуги мають сильні конкурентні позиції, які фактори є найконкурентоспроможнішими.

Література:

1. Bain Environmental Policy [Електронний ресурс] / Bain. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: https://www.bain.com/contentassets/e47c807504b24e68ba28604ac22fd9bc/bain-environmental-policy.pdf.
2. Про «Делойт» Дізнайтеся більше про нашу глобальну мережу фірм [Електронний ресурс]. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: https://www2.deloitte.com/ua/uk/pages/about-deloitte/articles/about-deloitte.html.
3. A new mindset for action 2018 Global Impact Report [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/About-Deloitte/gx-deloitte-2018-global-impact-report.pdf.
4. Джоббер Д. Принципи і практика маркетингу: навч. посіб. / Д. Джоббер; пер. з англ. — М.: вид. дім «Вільямс», 2000. — 688 с.
5. Куденко Н.В «Стратегічний маркетинг» [Електронний ресурс]: підручник / Н. В. Куденко; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана». — Електрон. текстові дані. — Київ: КНЕУ, 2012. — 523 с.
6. Ковальчук С.В. Стратегічний маркетинг: навчальний посібник / С.В. Ковальчук. — Хмельницький: ХНУ, 2010. — 291 с.
7. Котлер Ф. 10 смертних гріхів маркетингу: Ознаки і методи вирішення. — К.: ВД "Києво Могилянська академія", 2006. — 143 с.

Шапран О. А.
«Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», 5 курс ДВНЗ
«Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»
Хан М. І.
«Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», 5 курс ДВНЗ
«Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри менеджменту Скитьова Г. С.

УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТНИМИ РИЗИКАМИ В УМОВАХ ПАНДЕМІЧНОЇ КРИЗИ

Вступ. Світова економіка сьогодення характеризується масовим впровадженням соціальних медіа, використанням 3D принтерів, інтеграцією віртуальної та фізичної реальності, впровадженням технологій Big Data, business analytics, business intelligence, удосконаленням CRM систем — які підвищують рівень готовності підприємців до управління предиктивними викликами. Поява «чорних лебедів» у тих чи тих сферах економіки зумовлюють глобальні наслідки: так більшість зарубіжних і вітчизняних підприємців не були готові до пандемічної кризи. Тому актуальним постає дослідження реалізації проектів під час пандемії COVID-19 з урахуванням наявних економічних умов: які перспективи відкрили для бізнесу, які проекти вдалося реалізувати та хто знайшов можливості для подальшого функціонування?

Мета роботи полягає у проведені системного аналізу пристосування бізнесу до умов кризи. У процесі дослідження використано такі методи, як описовий — для дослідження реалізованих проектів з початку 2020 року; аналізу та синтезу — для визначення існуючих тенденцій в економіці країни та дослідження закордонного досвіду впровадження інновацій під час подолання вірусу.

Результати дослідження. Всесвітньою організацією охорони здоров'я (ВООЗ) було оголошено про досягнення вірусу COVID-19 масштабів пандемії [6] — більшість країн світу зобов'язалися здійснити введення обмежувальних заходів з метою запобігання поширення хвороби. У результаті значних затрат зазнає сфера послуг, зокрема в Україні:

1) логістична сфера (пасажирські міжнародні та внутрішні перевезення) — **Авіакомпанія МАУ**, яка за добу до закриття кордонів від іноземців в рази підвищила ціни на свої квитки, очікує втрати доходу близько 35 % за квартал [6];

2) заклади громадського харчування — за даними проведених досліджень компанії Poster, продажі закладів громадського харчування в Україні скоротилися в середньому на 35 %. Експертами передбачаються втрати ресторанного бізнесу до 50 %, зокрема великої кількості персоналу [8];

3) сфера розваг (кінотеатри, розважальні центри, тощо) — згідно з дослідженням мережі кінотеатрів **Multiplex** в Україні фінансові збитки сектора сягнуть близько 80 млн грн на місяць; купівельна спроможність івент-індустрії впала приблизно на 70 % через високу невизначеність проведення концертів, вистав, форумів [7];

4) торговельні центри та магазини — відповідно до оцінки експерта нерухомості В. Берещак збитки на період карантину оцінюються мінімум у 250-300 млн грн;

5) туристичні послуги — збитки для індустрії туризму в Україні сягатимуть 3-5 млрд доларів. При цьому приблизно 80 % закладів сфери гостинності — це підприємства, які відносяться до малого бізнесу, а також ФОПи [6];

6) банківська сфера — більшість банків здійснено призупинення роботи відділень (**Альфа-Банк** призупинив роботу 45 відділень по всій країні), припинення обмін готівкової валюти в касах (**Приватбанк, Альфа-Банк тощо)**, переважна підтримка НБУ системних (національних) банків, та ігнорування з іноземним капіталом;

За словами радника президента України О.Устенко, втрати української економіки можуть досягти 2 % ВВП, тобто близько $2 млрд або 70 млрд гривень [2].

Використовуючи матрицю управління кризовим станом, розроблену авторами в процесі проведеного дослідження, пропонуємо в першу чергу звернути увагу на можливості для існуючих підприємств і стартапів на ринку — пошук шляхів перетворення зовнішніх загроз і слабких сторін на переваги з урахуванням сучасних тенденцій та взаємодії із зовнішніми сторонами; формування динамічних здатностей (відмітних компетенцій) і проактивної поведінки, що забезпечують довгострокові конкурентні переваги.

Розглядаючи функціонування наявних гравців на ринку, зазначимо, що значна кількість українських підприємств знайшли для себе нові можливості. Дослідження ритейл-сфери показують що 41 % опитаних в містах Україні з населенням 50 000 і більше стверджують, що у них є досвід замовлення доставки їжі онлайн. Компанії Uber Eats, Glovo, Raketa в умовах карантину передбачають збільшення попиту на послуги до 70 %. Так, Menu.ua за добу після оголошення карантину отримали зростання замовлень до 25 % [3]. Яскравими прикладами переорієнтації бізнесу можуть служити холдингова компанія емоцій !Fest, магазини Goldi, шкарпеткове виробництво в Житомирі, мережа господарчих товарів «Аврора», — що налагодили пошиття більше 500 000 масок і захисних костюмів.

Розглядаючи закордонний досвід, зазначимо, що однією з найбільш інноваційних країн є Китай — науковці розробили роботів-самокатів, що доставляли продукти та медикаменти до лікарень з хворими аби уникнути міжособистісних контактів, та перевіряли температуру клієнтам [4]. У Південній Кореї розробили мобільний додаток, що допомагає визначати наявність вірусу в організмі. Також Корейська влада розпочала використовувати безпілотники для дезінфекції великих площ, а у великих виставкових залах встановили стерилізатори для тіла, що розпилюють дезінфікуючі засоби на людей. У Гонконзі університет науки і технологій винайшов антимікробне покриття PECD, що містить у собі дезінфікуючі речовини, знищуючи 99 % інфекційних вірусів.

Слід сфокусувати увагу на використанні ймовірнісних майбутніх тенденцій як джерелі задоволення потреб споживачів у перспективі та досягнення стійких конкурентних переваг. Сьогодні проактивна поведінка має лежати в основі діяльності компанії ще на етапі її зародження і підтримуватися протягом всього життєвого циклу підприємства (переважна більшість таких компаній створюються у формі стартапів), особливо в кризових умовах. На сьогодні більшість впроваджених стартапами продукти сфокусовані у сфері медицини і в тому числі через 3D-друк, зокрема Isinnova, що розробив партію клапанів (дозволяє виготовити 100 штук протягом доби) — для систем штучної вентиляції легень [5].

Усі перераховані реалізовані проекти сфокусовані на задоволені наявного тимчасового попиту. Проте наявні кризові умови створили перспективи і для інших підприємств та проектів:

- можливість залучити кваліфікованих працівників за помірну плату;
- легше залучити інвестиції для перспективних ідей;
- перспективи закупити матеріали, техніку за дешевшими цінами;
- у великому доступі з’являються джерела отримання необхідних знань. Лише Coursera for Campus відкрили 3800 курсів з 400 спеціальностей;
- набуття навиків працювати віддалено;
- масове впровадження та використання хмарних технологій;
- зменшення конкуренції на ринку, адже не всі зуміють пристосуватися до кризових умов.

Висновки і пропозиції. Щоб успішно функціонувати в умовах VUCA потрібно бути проактивним і діяти оперативно. Для управління ризиками за умов кризового стану пандемії потрібно:

- впроваджувати стратегії диверсифікації та диференціації для продовження функціонування бізнесу;
- укладати співпрацю з партнерами, що підсилять конкурентні переваги компанії;
- за можливості підкріплювати соціальну відповідальність компанії та виділяти кошти на боротьбу з вірусом;
- запровадити власні правила гри, задаючи розвиток для інших гравців, — на основі вище зазначених напрямів компаніям слід не лише адаптуватися до умов господарювання, а використовуючи соціально-відповідальну діяльність заохочувати інших гравців до формування еко-простору на основі формування трикутника знань.

Зазначимо, завдяки світовій глобалізації локальні проблеми навіть однієї країни можуть призвести до світової рецесії, а бізнес завжди має бути на сторожі. Для найповнішого використання наявних і прихованих можливостей і потенціалу технологій необхідно розробити стратегічний план і зосередитися на ньому. Уміння точково фокусуватися на цілі дозволить раціональніше використовувати інтелектуальне методи — і досягти успіху в бізнесі.

Література:

1. Бровінська М. Коронавирус: «Без масок мы бы закрылись». Три мотивирующие истории: как бизнес адаптируется к карантин [Електронний ресурс] / Марія Бровінська // Ліга.Бізнес. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: https://biz.liga.net/keysy/fmcg/article/bez-masok-my-by-zakrylis-tri-motiviruyuschie-istorii-kak-biznes-adaptiruetsya-k-karantinu.

2. Економіст спрогнозував, якими будуть втрати української економіки через коронавірус [Електронний ресурс] // Главком. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: https://glavcom.ua/economics/finances/ekonomist-sprognozuvav-yakimi-budut-vtrati-ukrajinskoji-ekonomiki-cherez-koronavirus-668130.html.
3. Зростання до 70 %: карантин збільшить доходи служб доставки їжі в Україні [Електронний ресурс] // AIN.UA. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: https://rau.ua/ru/news/karantyn-sluzhby-dostavky-edy/.
4. Інноваційні рішення або як світ бореться з COVID-19 [Електронний ресурс] // marketer. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: https://marketer.ua/ua/how-the-world-is-fighting-covid-19/.
5. Коронавірус: італійський стартап створив на 3D-принтері клапан для апаратів вентиляції легенів [Електронний ресурс] // BBC. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: https://www.bbc.com/russian/news-51951533
6. Криза бізнесу в україні 2020: на кого коронавірус вплине гірше [Електронний ресурс] // Ua-advice. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: https://ua-advice.com/kriza-biznesu-v-ukra-ni-dlya-kogo-koronavirus-vpline-girshe/
7. Поскробок Ю. Бізнес і криза в Україні: які існують пільги та можливості [Електронний ресурс] / Ю. Поскробок // 24tv. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: https://24tv.ua/biznes_i_kriza_v_ukrayini_yaki_isnuyut_pilgi_ta_mozhlivosti_n1304694.
8. Хроніки кризи бізнесу: кого в Україні найбільше накриє шторм коронавірусу [Електронний ресурс] // Економічна правда. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: https://www.epravda.com.ua/publications/2020/03/19/658296/.

Швидкий Д. О.
«Менеджмент бізнес-організацій» 3 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри менеджменту Скитьова Г. С.

ВПРОВАДЖЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ЗМІН НА ПІДПРИЄМСТВІ ЯК ЗАСІБ АДАПТАЦІЇ ДО КРИЗОВИХ ЯВИЩ

Вступ. Існує не так багато чинників, здатних несподівано вплинути на організацію так, щоб вона не змогла ефективно протистояти змінам зовнішнього середовища, але сьогоднішні реалії та економічна криза, спричинена пандемією вірусу Covid-19, говорять нам про інше. Більшість українських компаній виявились не готові змінюватись настільки швидко і кардинально, як цього вимагають поточні умови. Метою даної статті є аналіз реальних кейсів впровадження організаційних змін як засобу адаптації до кризових явищ. Актуальність даного дослідження ґрунтується на тому факті, що епідемія коронавірусу в світі може змінити цілі галузі і моделі поведінки компаній і споживачів, перехід яких до онлайн-шопінгу може стати довгостроковим трендом, як і впровадження дистанційного режиму роботи. Результатами проєктного дослідження будуть висновки щодо того, як українським компаніям вдалося адаптуватися до нових умов.

Мета і методи дослідження. Метою дослідження є вивчення можливостей впровадження організаційних змін в українських компаніях для адаптації до кризових явищ різного типу. Для розуміння проблематики використовувалися такі методи, як інформаційний пошук, аналіз і синтез, емпіричні дослідження.

Огляд фахової літератури. Вивченням даної проблеми займались вчені: С. Ашмаріна, Г. Жаворонкова, О. Дяченко, Т. Кужда, М. Грін, Л. Скібіцька, О. Кузьмін, Н. Коба, С. Резник, Д. Даніель, М.Г. Уілт ін. [1, 7, 8]. У ході нашого дослідження використовувалась актуальна інформація з різних періодичних видань про бізнес і підприємницьку діяльність.

Результати досліження. Впровадження змін є важливим аспектом ефективного управління організацією, оскільки наростання конкуренції, швидке розповсюдження інформації та глобалізація призводять до того, що досягнути успіху і вижити на ринку можуть тільки інноваційні, структурно та технологічно гнучкі підприємства. Ефективне протистояння підприємства змінам зовнішнього середовища можливе тільки за умов здійснення випереджувальних заходів, спрямованих на збереження його життєздатності та забезпечення конкурентоспроможності, тобто за умов постійного розвитку підприємства.

Організаційні зміни являють собою процес переходу організації як системи з одного стійкого стану в інший з використанням актуальних ідей і концепцій. Зміни в організації поділяються на два основних типи:

- природні (незаплановані) зміни. Зміни, з'являються без заздалегідь поставленої мети, є наслідком впливу зовнішнього середовища;
- штучні (заплановані) зміни. Зміни, здійснюються цілеспрямовано з метою адаптації організації до зовнішнього середовища, зміцнення системи управління [2].

У випадку з кризою, спричиненою пандемією, важко сказати, зміни якого типу вона викликала, адже існують організації, які мали ресурси та можливості завчасно підготуватися до подібної ситуації, у той час як інші — ні. Як приклад, HR-відділ ТОВ «Фора», співробітники якого були певною мірою готові до переходу на роботу віддалено, на даний процес вони витратили лише 2 дні і зараз забезпечують повноцінну роботу відділу не виходячи з дому. Це було здійснено завдяки тому, що всі працівники були забезпечені матеріально-технічною базою. Тому дані зміни можна віднести до штучних. На противагу — приклад з туристичними фірмами, які розуміючи, що в певний момент часу кордон на в'їзд до країни буде закритий, замість того, щоб розробляти план змін, продовжували реалізовувати тури. Як результат — тисячі людей, що не можуть в'їхати до власної країни, та тих, кому гроші за ще не надану послугу ніколи не повернуться. Представники лідерів даного ринку, таких як «TUI», «Coral Travel», «Join Up» та інші говорять про мільярдні збитки, та надіються лише на те, що із закінченням карантину даний бізнес стане сезонним і вони зможуть компенсувати свої збитки. Зміни, що відбулися на таких підприємствах є ситуаційними та розраховані на короткий проміжок часу, тому їх доречно відносити до незапланованих [3].

Виникає питання, чи зміг український бізнес адаптуватися до нових умов. Цікавий кейс описує підприємець, голова ТОВ «Завод Стеко» Сергій Положай [4]. Спочатку виникла проблема, пов'язана з тим, що всі торгові точки з вітринами зачинилися, а їх понад 3500. Партнери були не готові продавати вікна онлайн, тому для даного сегменту ринку було запущено спеціальну освітню програму, ідея якої полягає в навчанні тому, як організувати продажі в мережах Facebook, Instagram, як створити власний сайт. Наступна проблема полягала в тому, що покупці не хотіли, щоб для монтажу вікон у їх оселі хтось заходив. Вихід був доволі простим — всіх вантажників і монтажників максимально оснастили засобами захисту від розповсюдження інфекцій. В підтримку була запущена рекламна кампанія «Купуй вікна Steko безпечно». Далі компанія запустила програму з безкоштовним надання медичних страхових послуг під час купівлі вікон і програму з подарунками для догляду за вікнами. 70 % персоналу було переведено на віддалено роботу, а саме — торгову команду, відділ прийому замовлень, конструкторський відділ. Перевезення співробітників, що працюють на виробництві, відбувається по 10 чоловік, як того вимагає законодавство. Але, попри все, компанія надіється на стабілізацію даного сегменту та розраховує на формування відкладеного попиту.

Популярна в Україні мережа кінотеатрів «Multiplex», діяльність якої була припинена, знайшла інший підхід до часткового збереження фінансової цілісності — сьогодні кінотеатр пропонує придбати «той самий поп-корн» та нові тістечка з доставкою додому. Компанія намагається реалізувати новим шляхом ту сировину, яка може швидко зіпсуватися.

Ситуація, з якою зіткнулися власники «Veterano Brownie» є спільною для більшості представників малого та середнього бізнесу в Україні та світі. Клієнти перебувають на самоізоляції, заклади порожніють, продажі падають. Вихід з даного становища виявився доволі цікавим: підприємство налагодило виробництво не готових кексів, а сумішей для їхнього готування. Попит перевершив очікування власників, так як вони вирішили доставляти продукт до покупців безкоштовно. Дана ідея також вирішила проблему з персоналом: баристи переорганізувалися в кур'єрів, і потреба в їх звільненні зникла [5].

Бренд «Poetry Home», який спеціалізується на виробництві парфумованих свічок аромадифузорів, гелів для душу та мила, адаптувався до нових умов таким чином: підприємство налагодило виробництво антисептиків з ароматами парфумів у стильних флаконах [6].

Як бачимо, сучасні організації здійснюють свою діяльність за допомогою постійних змін. Ефективне впровадження змін в технічній, економічній, демографічної та соціальній сферах дозволяє організаціям успішно адаптуватися до мінливого зовнішнього середовища.

Висновки і пропозиції. Підрахувати потенційні збитки у зв'язку з пандемією фактично неможливо через складність прогнозування потенційних масштабів поширення вірусу в Україні, тому важко сказати, який відсоток організацій виявились не готовими до змін. Іноді причиною цьому є специфіка бізнесу, іноді — небажання керівництва малого та середнього бізнесу сприяти розвитку. Карантин — це і випробування, і можливість для усіх гравців рин-

ку, адже після пандемії лідерство належатиме тим компаніям, які зможуть адаптуватися до нових умов. Навіть ті компанії, що не стикатимуться з падінням попиту на свої послуги, постануть перед необхідністю підлаштовувати свою роботу під реалії нового світу. Моя позиція в даному випадку спирається на те, що в найближчий час багато компаній почнуть змінювати свій «скелет», з метою запобігання подібних криз у майбутньому. Їм потрібно першочергово навчитись тому, як по-новому керувати власною справою з точки зору підходів і техніко-технологічної складової, тобто в умовах ведення бізнесу віддалено. Адже в умовах, коли у всіх виникне потреба в тому, щоб затверджувати документацію та платежі, керувати виробництвом і фінансами в режимі онлайн, використовуючи нові інструменти, рішення для цього потрібно буде знаходити у лічені дні.

Література:

1. Matthias Georg Will. Successful organizational change through win-win [Електронний ресурс] / Matthias Georg Will // Journal of Accounting & Organizational Change. — 2015. — Режим доступу до ресурсу: https://cutt.ly/tyjIVAm
2. Managing Organizational Change [Електронний ресурс] // Organizational Growth. — 2017. — Режим доступу до ресурсу: https://www.inc.com/encyclopedia/managing-organizational-change.html
3. Зінченко А. Острови в тумані: як турбізнес зустрів кризу [Електронний ресурс] / Андрій Зінченко // Журнал «Бізнес». — 2020. — Режим доступу до ресурсу: https://business.ua/business/9521-ostrovi-v-tumani-yak-tubiznes-zustriv-krizu.
4. Положай С. Кейси карантину: як бізнес адаптується до ізоляції [Електронний ресурс] / Сергій Положай // Mind.ua «Фьючер Медіа». — 2020. — Режим доступу до ресурсу: https://mind.ua/openmind/20209453-kejsi-karantinu-yak-biznes-adaptuetsya-do-izolyaciyi.
5. Український бізнес адаптується до роботи в час пандемії — відео [Електронний ресурс] // Радіо Свобода. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: https://www.radiosvoboda.org/a/video/30509541.html.
6. Бізнес в умовах карантину: як українські бренди адаптуються до нових умов [Електронний ресурс] // Na chasi. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: https://www.radiosvoboda.org/a/video/30509541.html.
7. Даніель Д. Причини успіху і провалу організаційних змін / Джині Даніель., 2009. — 332 с. — (Альпіна Паблішер). — (Монстр змін).
8. Резник С.Д. Управління змінами: підручник / С.Д. Резник, М.В. Черніковський та ін .; під заг. ред. С.Д. Резника — 2-е вид — М .: НДЦ ІНФРА-М, 2014. — 382 с.

Юдін В. Є.
«Менеджмент бізнес-організацій», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту Сагайдак М. П.

СТРАТЕГІЯ ПРОДУКТОВОЇ ДИФЕРЕНЦІАЦІЇ БІЗНЕС-ОРГАНІЗАЦІЇ

Проаналізовано основні види стратегії диференціації для малих і середніх бізнес-організацій, визначено переваги продуктової диференціації для підвищення їх конкурентоздатності та забезпечення життєздатності на ринку.

Наразі складно знайти сферу економіки, в якій не було б конкурентів. Малим і середнім підприємствам складно виходити та діяти на вже сформованих ринках з великою кількістю учасників і вже усталеними лідерами ринку, вони не мають можливості конкурувати ціною, технологіями або інноваціями, тому одним із способів зайняти свою частку ринку для них є диференціація своїх товарів і послуг.

Метою статті є розгляд можливостей диференціації товарів і послуг компаніями.

У процесі дослідження були використані такі методи дослідження, як аналіз, синтез та узагальнення.

Дану тему розглядали такі автори у своїх публікаціях: Гончаренко І.М., Рева М.О. (Обґрунтування маркетингової товарної стратегії підприємства); Щурко У.В. (Підходи до формування та реалізації конкурентних стратегій); Савченко К.А., Кубишина Н.С. (Диференціація ергономічної продукції як спосіб посилення конкурентних переваг). Не зважаючи на

достатню розробленість проблемних питань щодо різних підходів до диференціації, залишається не досконало розглянутою проблема, пов'язана з формуванням стратегії продуктової диференціації вітчизняних малих і середніх підприємств, особливо в сучасних умовах.

Аналіз літературних джерел дозволяє під диференціацією розуміти наділення товарів або послуг компанії специфічними характеристиками, що виділяють чи відрізняють їх серед аналогічних товарів і послуг конкурентів. Клієнти, купують цей товар або послугу, за ринковою ціною, з метою отримати певні специфічні споживчі властивості, якими не наділені товари або послуги конкурентів [1].

Компанія, що продають диференційований продукт або послугу, можуть певний час діяти в умовах монополістичної конкуренції. Оскільки основою диференціації є ноу-хау компанії, її здатність виявляти та задовольняти потреби споживачів, що незадоволені товарами та послугами, які вже представленні на ринку. Зберегти свою позицію на ринку можуть компанії, послугу яких скопіювати конкурентам не представляється можливим, оскільки її створення і пропонування залежить від специфічного ресурсу — інтелектуального, який притаманний певній людині, що створює і надає певну послугу чи продукт.

Основними видами стратегії диференціації є:

1) продуктова диференціація. Основу продуктової диференціації становить товарний асортимент підприємства, під яким розуміється група аналогічних або тісно пов'язаних між собою товарів. Вона являється однією з основних стратегій диференціації і здійснюється за допомогою таких чинників: додаткові можливості товару, ефективність його використання, комфортність, надійність, стиль і дизайн товару;

2) сервісна диференціація зосереджує увагу на якісному передпродажному та післяпродажному обслуговуванні, а також обслуговуванні в момент купівлі споживачем продукту компанії, наданні кращого та різноманітнішого сервісу, ніж можуть запропонувати конкуренти. На якість сервісу також впливає рівень розвитку та обсягу супутніх послуг (доставка, встановлення, навчання споживача, супровід споживача під час користування продуктом) рівнем вище, ніж пропонують конкуренти;

3) диференціація персоналу — розвиток персоналу з метою ефективнішого виконання покладених на нього функцій. Мала чи середня омпанія повинна наймати персонал, що має спеціальні компетентності, а також клієнтоорієнтований, тобто орієнтований на роботу з людьми, що є основною рисою його характеру. Все, що такі працівники говорять і роблять, несе на собі відбиток непідробної турботи і уваги. Такі працівники не будуть обмежувати себе якими б то не було рамками, вони постійно експериментують і намагаються пристосувати послугу чи продукт під задоволення специфічних запитів споживача;

4) диференціація іміджу — базується на основі емоційного зв'язку, соціальної прив'язаності. Використовуючи цю стратегію компанія отримує лояльних клієнтів, можливість відтоку яких украй мала [2; 3; 4].

Отже, перевагами стратегії продуктової диференціації для вітчизняних малих та середніх підприємств є те, що вона дає змогу:

- зменшити тиск зі сторони товарів-замінювачів;
- забезпечити успішність функціонування на галузевому ринку;
- збільшити лояльність клієнтів;
- збільшити рентабельність, за рахунок можливості встановлення більш високої ціни.

Таким чином, використовуючи стратегію диференціації малі та середні підприємства можуть забезпечити собі потрібний рівень продажів і прибутку навіть на висококонкурентному ринку, забезпечити власну життєздатність, завойовувати та утримувати ринкову нішу.

Література:

1. Диференціація. [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Диференціація
2. Портер М. Конкурентна перевага. Як досягати стабільно високих результатів / Майкл Портер. — Київ: Наш Формат, 2019. — 624 с.
3. Діксон Р. Управління маркетингом / Р. Діксон. — Москва: БІНОМ, 1998. — 556 с.
4. Траут Д. Диференціюйся або помри / Д. Траут, С. Рівкін. — Харків: Фабула, 2019. — 240 с.

ПЛАТФОРМА 5
ІННОВАЦІЙНИЙ АГРОБІЗНЕС

Костівська С. В.
«Економіка агробізнесу», 5 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
Університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри
економіки і менеджменту агробізнесу Садовник О. В.

ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ОБРОБКИ НАСІННЯ ЯК НАПРЯМ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Одним із ключових засобів захисту сільськогосподарських культур є обробка насіння. Без належної їх обробки отримати високий показник врожайності досить складно, особливо в нинішніх кліматичних умовах. Вітчизняні та світові аграрні компанії, а також багато дослідників сфері агробізнесу спрямовують свої сили на вдосконалення вказаного процесу, а отримані результати дозволяють запроваджувати інноваційні технології у сферу обробки насіння.

Під час дослідження використовувалися такі методи: емпіричний і порівняння. Дослідження даної проблематики знайшло своє відображення у публікаціях таких авторів, як: Н.І. Верхоглядова, Є.М. Данкевич, В.В. Єрмолаєва, С.М. Ілляшенко, Р.С. Квасницька, Й.М. Петрович, В.І. Покотилова та інші.

Оскільки інновації у сфері обробки насіння мають різне підґрунтя та ретроспективу появи на українському ринку, розглянемо основні з них і проаналізуємо, які вже успішно використовуються вітчизняними аграріями.

Так, боротьба з нематодами є однією з постійних проблем в обробці насіння. Вони становлять серйозну загрозу для сільськогосподарських культур, адже нематод важко діагностувати. Наприклад, Бразилія несе щорічні економічні витрати від недоотримання продукції у розмірі $10 млрд. Технологія вирощування сільськогосподарських рослин засвідчує, що саме обробка насіння є головним способом для боротьби з паразитичними нематодами. На даний час є багато препаратів, які орієнтовані на подолання проблеми та зростання продуктивності культур.

Наступною інновацією є розроблення засобів для нанесення захисного покриття на насіння. За допомогою останніх розробок можна подолати стрес у рослин, вони краще переносять посуху, холод.

Також фахівці пропонують використовувати препарати-ад'юванти. Вони покращують дію пестицидів, що допомагає ефективніше боротися зі шкідниками та хворобами рослин. Тому очевидно, що однією з інновацій є виробництво мікрокапсул для обробки насіння. Дана новинка дає змогу підвищувати стабільність активних інгредієнтів пестицидів у ґрунті, а також гарантує безпеку насіння в ґрунті після висіву. Прикладом національної компанії, яка впроваджує зазначені новітні системи обробки насіння є «Vitagro Partner». Дане підприємство надає програму спільного вирощування аграрним компаніям [1].

Комбінація з біостимуляторами — це ще одна інновація, яка активно використовується як закордонними, так і вітчизняними аграріями. Вона сприяє росту саджанців, стимулює сукупне зростання культур, допомагає зменшувати стрес, підвищує ефективність засобів захисту рослин, покращує якість ґрунту.

Застосування інокулянтів вже давно практикується американськими аграріями. Тепер їх досвід переймається вітчизняними сільгоспвиробниками [2]. Сухі інокулянти все частіше стають частиною технологічних карт вирощування культур на українських підприємствах.

Не менш важливою інноваційною технологією обробки насіння є використання нових плівкоутворювачів. Полівініловий спирт (PVA), метилцеллюлозу, поліакрилати та інші полімери є головними складовими плівкоутворюючих агентів. Варто розуміти, що гідрофільні полімери легко розчиняються у воді, а гідрофобні полімери можуть негативно впливати на схожість насіння. Таким чином, не всі продукти, що існують на ринку є доскональними і перед їх застосуванням потрібно ретельно вивчити особливості їх використання.

Відзначимо, що відносно нещодавно на ринку з'явилася ще одна інноваційна технологія — обробка насіння електронами. Передбачається, що електронний метод має повністю замінити хімічний. Дана інновація заснована на біоцидній дії електронів низької енергії та дозволяє знищувати хвороботворні мікроорганізми, а також сприяє постійному захисту рослин [3].

Узагальнюючи наведене, варто відзначити, що впровадження інноваційних технологій обробки насіння на вітчизняних підприємствах дає змогу підвищувати урожайність сільськогосподарських культур, відповідно і конкурентоспроможність агровиробників. Разом з цим урожайність посівів може знизитися на 50-70 %, якщо насіння обробити неякісно або взагалі відмовитись від їх обробки.

Отже, ефективний контроль бізнес-процесів, які формують технологічну складову вирощування сільськогосподарських культур, завжди був актуальною проблемою для вітчизняних аграрних підприємств. Не всі перераховані інновації у сфері обробки насіння можуть бути масово затребувані на українському ринку. Проте більшість інновацій обробки насіння вже активно використовується українськими аграріями. Серед них найпопулярнішими є нанесення і утримання препаратів на насінні, внесення біопрепаратів і біостимуляторів. При цьому, при виборі того чи того агрономічного підходу чи інновації українські сільгоспвиробники орієнтуються на три основні критерії — ефективність, доцільність та економічність.

Література:

1. ТОВ VITAGRO PARTNER — [Електронний ресурс] // Режим доступу: https://latifundist.com/kompanii/1179-vitagro-partner
2. Інокулянти насіння — запорука високих врожаїв та рентабельності вирощування бобових культур // Агроном, 2015 № 1 (47) с. 56–57.
3. Все, що потрібно знати про останні інновації в сфері обробки насіння — [Електронний ресурс] // Режим доступу: https://agroportal.ua/ua/publishing/lichnyi-vzglyad/vse-chto-nuzhno-znat-o-poslednikh-innovatsiyakh-v-sfere-obrabotki-semyan/

Ляшко О. В.
«Економіка і менеджмент в агробізнесі», 5 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри економіки і менеджменту агробізнесу Садовник О. В.

ІТ В ОБҐРУНТУВАННІ ГАЛУЗЕВОЇ СТРУКТУРИ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Вступ. Визначення раціонального поєднання галузей у господарстві — одне з головних і найскладніших завдань перспективного внутрішньогосподарського планування агробізнесу. Складність даного формування зумовлюється тим, що потрібно враховувати необхідні кількісні характеристики господарської діяльності аграрних підприємств. А саме, суспільний поділ праці, перелік видів продукції, розміри їх виробництва, посівні площі сільськогосподарських культур, що зосереджені на окремих адміністративних територіях (району, області, конкретного підприємства) тощо. [1, ст. 54] Тому в сучасному світі впровадження інформаційних технологій (далі — ІТ) займає визначне місце у ході прийняття управлінських рішень. За допомогою ІТ сільське господарство перетворюється у ведення точного сільськогосподарського бізнесу. Адже, дані технології підвищують продуктивність й ефективність управлінської праці, дозволяючи по-новому вирішувати основні етапи та закономірності формування галузевої структури підприємства.

Методи дослідження. Під час вивчення проблематики були використані такі методи дослідження: емпіричний і методи порівнянь.

Огляд фахової літератури. Дослідження даної проблематики знайшло своє відображення у публікаціях таких авторів, як: В. Амбросов, М. Кропивко, О. Дацій, М. Зубець, П. Музика, П. Саблук, О. Крисальний, В. Трегобчук, В. Ситник, О. Шубравська та ін.

Результати дослідження. На галузеву структуру підприємства впливають ряд факторів, які умовно можна розділити на дві групи відповідно до типів і методів їх обґрунтування за допомогою ІТ. Перша група має назву природо-кліматичні умови формування галузевої структури аграрного підприємства. Дана група включає в собі такі фактори: типи ґрунтів, температурний режим, кількість опадів, якість і родючість ґрунтів, попередня сівозміна, розмір площі, біологічні фактори, насамперед, шкідники і хвороби тощо. Для моніторингу цих факторів можна використати програму «Copernicus» Європейського Союзу, яка є однією із

найбільш масштабних та успішних світових проектів у сфері дистанційного зондування Землі (далі — ДЗЗ) з космосу. Головним її завданням є забезпечення постійного збору даних ДЗЗ на глобальному рівні, а також надання надійного і незалежного доступу до таких даних в інтересах вирішення економічних, екологічних і безпекових питань для різних країн [2]. Дані інноваційні технології супутникового моніторингу використання сільськогоспо-дарських угідь забезпечують прогнозування врожайності та валового збору основних сільськогосподарських культур. Отримані дані з супутникових зйомок допоможуть підприємству визначити спеціалізацію підприємства, або ж можливість ведення багатогалузевого виробництва.

Врахування другої групи факторів, які мають умовну назву «економічні фактори» впливу на галузеву структуру, дають змогу агровиробникам сформувати раціональну галузеву структуру, яка у свою чергу має забезпечувати агрокомпанії ефективність діяльності у відповідності до наявних ресурсів підприємства. Такими факторами є: врожайність культур, виробничі витрати на вирощування культур, розміщення пунктів реалізації продукції, матеріалотехнічне забезпечення, трудові ресурси тощо. Цю групу факторів можна дослідити програмним продуктом «Farmers Edge», який забезпечує виробників сільськогосподарської продукції адаптивними під умови виробництва рішеннями, що включають інтегровану інформацію безпосередньо з полів, програмне забезпечення, технології збору та обробки даних, моделі прогнозування та поглиблену агрономічну аналітику. Інноваційні цифрові інструменти розроблені для оптимізації витрат, зниження впливу на навколишнє середовище і забезпечення економічної ефективності підприємств.

Основними послугами продукту «Farmers Edge» є:

- Smart Imagery — супутниковий моніторинг полів;
- Smart Insite — включає точні локальні погодні дані та численні супутникові знімки, дозволяючи безперервно відстежувати статус вегетації культур і метеорологічні умови в поле;
- Smart — моніторинг техніки та причіпного обладнання;
- Smart Nutrient — традиційна агрономія яка включає традиційний відбір ґрунту з формуванням середнього зразка для поля і агрохімічний аналіз, об'єктивні рекомендації щодо внесення добрив;
- Smart Vr — точне землеробство яке включає відбір і агрохімічний аналіз ґрунту по зонам продуктивності, об'єктивні рекомендації щодо диференційованого внесення добрив [3].

Враховуючи зазначене, вже сьогодні ведення сільського господарства перетворилось на ведення точного сільського виробництва в основі якого лежать ІТ технології. Яскравим прикладом даної тенденції є дослідження та контроль за врожайністю сільськогосподарських культур, оскільки у плануванні галузевої структури велике значення займає фактор врожайності (адже врожайність сільськогосподарської культури на різних ділянках одного й того ж поля не буває однаковою). Також, на показники врожайності впливають такі фактори, як: якість ґрунту (родючість, кислотність); дози й види добрив; топографія місцевості; наявність лісосмуг; технологія посіву, догляду за сільськогосподарською культурою, збирання врожаю; якість насіння; хвороби, шкідники сільськогосподарських рослин; погодні умови і т.п. Для дослідження даних показників площі посіву інформаційні технології мають особливу перевагу, а саме:

- приймачі-антени глобальних позиційних систем (GPS — ГПС або ГЛОНАС), встановлені на будь-якому об'єкті (машині, агрегаті і т.п.);
- географічна інформаційна система (GIS — ГІС) — це програмне забезпечення, що дозволяє обробляти й показувати просторову інформацію, комп'ютеризувати і створювати електронні карти;
- датчики для дистанційних вимірів і бортові датчики для приведення в дію різних частин машинного агрегат.

Усе більшої популярності набуває використання датчиків повітря та ґрунту, які дозволяють в реальному часі слідкувати за станом обладнання та техніки. Системи дистанційної діагностики обладнання попереджають механіків про те, що скоро виникне несправність. Приймачі з GPS, GIS передає інформацію про місцезнаходження агрегату (сільськогосподарської машини) у режимі реального часу та забезпечує деталізованою картою полів господарства. Крім цього, з використанням датчиків посівів не потрібно призначати схему удобрювання «наосліп». Вони передають інформацію про потрібну кількість добрива прямо на обладнання, яке вносить добрива. За допомогою інфрачервоних датчиків дрони чи оптичні сенсори слідкують за здоров'ям культур.

Чудовим зразковим в агробізнесі є приклад інновацій фірми «Massey Ferguson» — це перша компанія, що стала робити комбайни із пристроєм для створення та використання карт

урожаю. Ці комбайни обладнані глобальними позиційними й географічною інформаційною системами, мають зв'язок із супутниками через приймач-антену, а також устаткування для ведення моніторингу врожайності. Подібне устаткування випускають також компанії «John Deere», «CLAAS», «New Holland» [4].

Висновки і пропозиції. Отже, потрібно усвідомлювати усім суб'єктам виробництва аграрної сфери що ІТ на даному етапі розвитку є оптимальним і вигідним рішенням під час обґрунтування галузевої структури аграрного підприємства.

При цьому інформаційні технології забезпечують такі економічні вигоди для підприємства, як гарантійна окупність ІТ інвестицій у розрізі на 1га, зменшення втрат виробничих ресурсів, економія на витратах (трудові ресурси, МТЗ), забезпечення конкурентоспроможності виробництва, підвищення якості виробленої продукції. Як наслідок, сільське господарство в Україні сьогодні знаходиться на передовій технічного розвитку, а рівень технологій дозволяє зменшити живі затрати праці.

Література:

1. Аграрна політика України: огляд та перспективи [Артюшин В., Чапко І, Кобута І та ін.] // Актуальні питання аграрної політики : зб. робіт 1999–2002 — С. 100–174.
2. "В УКРАЇНІ РОЗПОЧАВ РОБОТУ РЕГІОНАЛЬНИЙ ЦЕНТР ПРОГРАМИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ «COPERNICUS» // Державне космічне агентство України, дж.: http://www.nkau.gov.ua/.
3. Farmers Edge. Створення програмного забезпечення для сільського господарства- [Електронний ресурс] // Режим доступу: https://latifundist.com/kompanii/1074-farmersedge.
4. Massey Ferguson. Інновації. [Електронне ресурс]: https://www.masseyferguson.co.ua/#INNOVATION.

Харченко К. О.
«Економіка агробізнесу», 5 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри економіки та менеджменту агробізнесу Старіков О. Ю.

РИНОК ПРОДУКЦІЇ ГЛИБОКОЇ ПЕРЕРОБКИ КУКУРУДЗИ: МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ УКРАЇНСЬКОГО АГРОБІЗНЕСУ

Кукурудза є високоврожайною злаковою культурою, що має широке застосування. У ній є важливі для харчування та життєдіяльності живих організмів речовини, такі як мінерали, білки, цінні жири та вуглеводи.

Сьогодні для України актуальною є потреба у потужностях з глибокої переробки зерна кукурудзи, що надасть можливість не лише реалізації політики імпортозаміщення, а й посилить присутність країни на світовому ринку продуктів переробки з високою доданою вартістю.

Мета дослідження – вивчення світового ринку продукції глибокої переробки кукурудзи та визначення можливостей українських виробників щодо виходу на такий ринок. У процесі дослідження системно були використані емпіричні та загальнонаукові методи дослідження, а саме методи порівняння і узагальнення. Результатом дослідження є визначення кола продуктів з глибокої переробки кукурудзяних зерен, основних виробників-лідерів даного ринку та особливості його функціонування. Це питання розглянули у своїх роботах О. Кулакова, Л. Фадеєв, Г.В. Балабанов, К.В. Терещенко, А.Я. Аксюк та багато інших.

Глибока переробка зерна – це процес переробки сировини, в даному випадку зерна кукурудзи, що передбачає такі технологічні процеси, як очистка, замочування, випарювання, ферментацію (зброджування), віджим і сушку. Основними продуктами глибокої переробки кукурудзи є кукурудзяний крохмаль, кукурудзяний глютен, кукурудзяне борошно, кукурудзяна олія та сиропи тощо. Розрахунки показують, що глибока переробка зерна кукурудзи, наприклад, у кристалічний лізин для кормових цілей приносить прибуток у рази більше, ніж просто продаж зерна кукурудзи, як сировини.

Найбільшими виробниками зазначеної вище продукції є Китай і США, які разом забезпечують половину поставок продуктів глибокої переробки кукурудзи на світовий ринок, а та-

кож деякі країни ЄС, Мексика. Розглянемо структуру використання кукурудзи світового лідера у глибокій її переробці за обсягами – Сполучені Штати Америки (рис. 1).

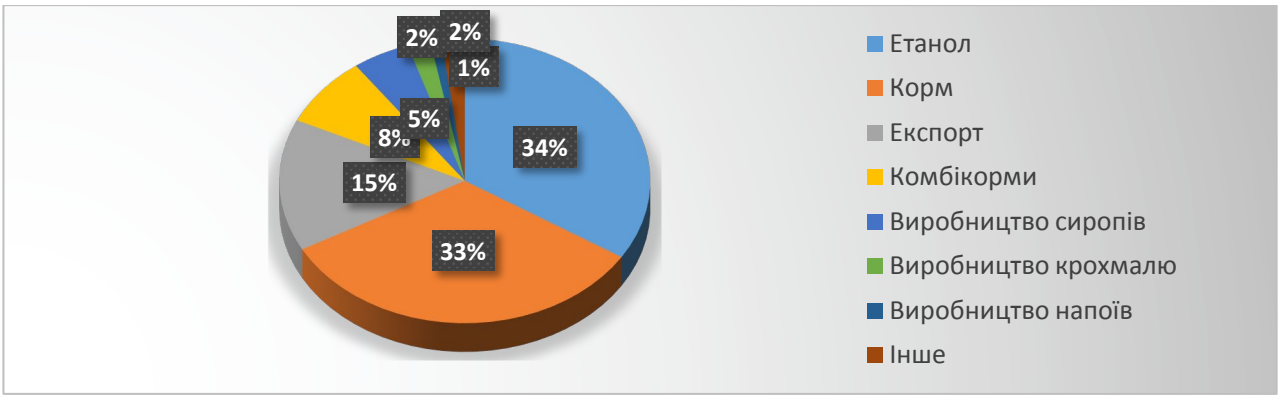


Рис. 1. Структура використання кукурудзи у США, 2019 рік [2]

У США найбільша частка кукурудзи спрямовується на виробництво етанолу (34 %) та кормів (33 %). Натомість, кукурудзи як сировини у чистому вигляді поставлено на експорт лише 15 % від загального обсягу 2019 році. Дуже популярними у США є сиропи, на які використовується приблизно 5 % кукурудзи, а також з неї виробляються інші продукти.

Загалом, продукти переробки кукурудзи присутні у багатьох сферах нашого життя — починаючи з найпростішого, харчової промисловості, закінчуючи замінниками необхідних нафтопродуктів.

На рис. 2 зображено матеріально-сировинний баланс заводу з глибокої переробки кукурудзи. Кожна ланка даної схеми створює новий окремий продукт, а також додану вартість, робочі місця і збільшує експортні можливості країни.

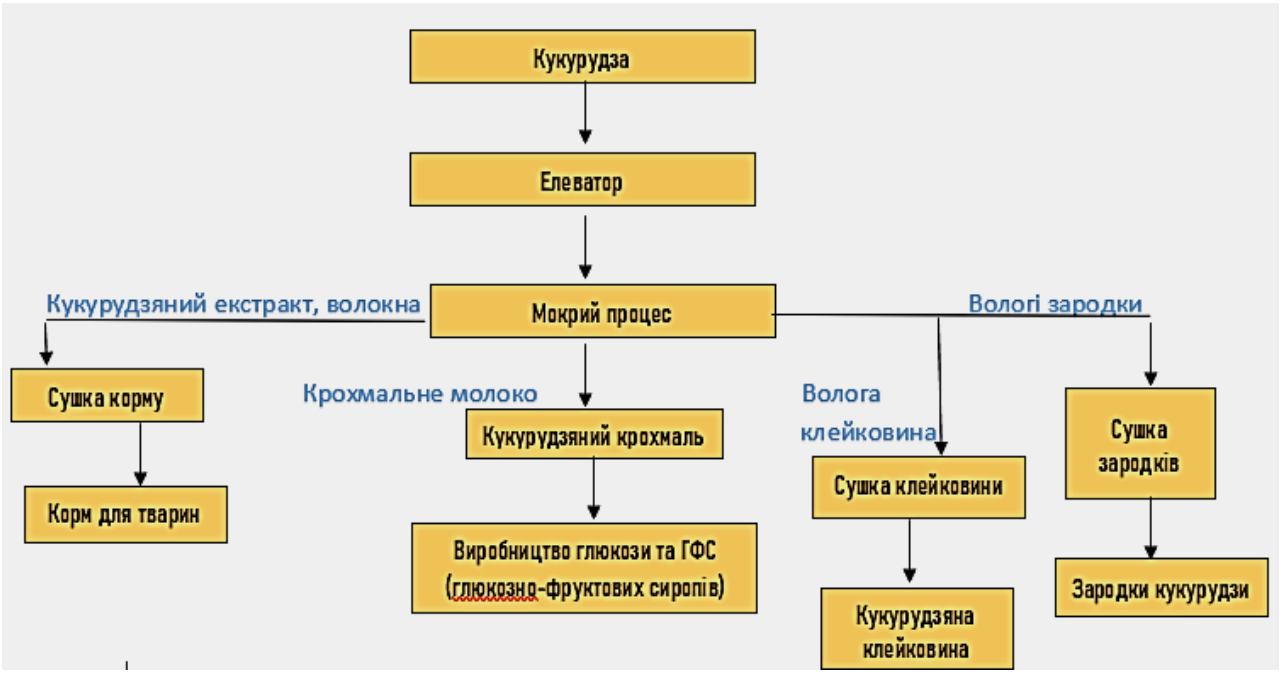


Рис. 2. Матеріально-сировинний баланс заводу по глибокій переробці кукурудзи

Так як крохмаль є першим вилученими компонентом зерна, то при його виробництві отримують супутні цінні продукти: глютен, тваринний корм, зародки кукурудзи, кожен з яких має своє застосування і місце на ринку [3].

Найбільші обсяги кукурудзяного крохмалю виробляється в Китаї. Такий крохмаль вважається дуже універсальним продуктом. Він входить до складу більшості видів продукції кондитерської, хлібопекарської галузей харчової промисловості. Але найбільші обсяги крохма-

лю використовують при виробництві паперу — приблизно 60 % усього виробленого крохмалю у світі.

Із отриманого із зерна крохмалю, шляхом технологічних перетворень отримують глюкозу. Глюкоза має високу здатність зв'язувати воду, здатна до ферментації, вона використовується в якості ароматизатора, а також запобігає кристалізації молекул цукру в напоях.

Глюкоза, в свою чергу, є ресурсом для виробництва цілої серії сиропів з високим вмістом фруктози, також відомих як глюкозно-фруктозні сиропи (ГФС), які є відомими замінниками сахарози. Відносно низький глікемічний індекс даних продуктів створює значний попит на ГФС, оскільки фруктоза чинить менший вплив на рівень глюкози в крові людини, ніж звичайний цукор.

Кукурудзяне борошно застосовується для виготовлення багатьох продуктів харчування, таких як хлібобулочні вироби, всілякі снеки, чіпси та інше. Саме по собі борошно має короткий термін придатності, що вирізняє його серед інших видів борошна.

Кукурудзяний сироп, насичений солодкою фруктозою, дуже популярний у США. Він використовується в якості підсолоджувача замість цукру. Масовій появі сиропу в Європі перешкоджає невизначеність з його впливом на організм людини і традиції використання цукру.

Попит на кукурудзяну олію у світі постійно зростає, адже вона використовується дуже різноманітно: в харчовій промисловості та при виробництві біодизеля, мила, фарби, текстилю, фармацевтичних препаратів та іншого. Високий попит на біодизель спричинює також встановлення бжорсткіших норм щодо автомобільних двигунів за викидами сполук вуглецю. Згідно прогнозів, світове споживання кукурудзяної олії має зрости вдвічі і щоб його задовольнити, потрібно вивести спеціальні гібриди кукурудзи з вмістом олії 7-8 %, що також дозволить знизити і собівартість виробництва.

Глютен традиційно використовується у виробництві кормів для тварин. Не так давно сфера його використання розширилась — глютен додають до кормів водних тварин. Крім того, вивчається досвід по використанню кукурудзяно-глютенового борошна в якості гербіциду на полях, оскільки помічено, що вона пригнічує ріст бур'янів, але поки що в цих цілях використовується менше 1 % виробленого в світі глютену [4].

Наше дослідження показує, що вартість кукурудзи в значній мірі залежить від вартості продуктів її переробки. Впливати на зниження рівня цін на кукурудзу може й зниження цін на нафту [1]. Враховуючи нинішню ситуацію на аграрному ринку вартість кукурудзи у 2020-21 і наступному маркетинговому році буде не високою, а відповідно, і не принесе значних експортних доходів для України, а це один з основних експортних продуктів держави.

Загалом, зниження цін на світовому ринку призведе до падіння цін на вітчизняному. І це створює чудові можливості для реалізації проекту глибокої переробки кукурудзи. Широкий асортимент продукції глибокої переробки кукурудзи дозволить побудувати еластичну, гнучку, високоефективну економіку підприємств, дасть можливість вчасно реагувати на потреби споживачів за обсягом і асортиментом. За результатами аналізу можна зробити висновок про те, що попит на продукти переробки кукурудзи є високим і зростатиме надалі завдяки розширенню сфер їх використання.

Література:

1. ProConsulting. Аналітика ринків. Фінансовий консалтинг. «АПК в Україні: аналіз впливу кризи та карантину» — [Електронний ресурс] // Режим доступу: https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/apk-v-ukraine-analiz-vliyaniya-krizisa-i-karantina
2. USDA. Foreign Agriculture Service — [Електронний ресурс] // Режим доступу: https://www.fas.usda.gov/
3. Агробізнес сьогодні. «Кукурудза: продавати чи переробляти» — [Електронний ресурс] // Режим доступу: http://agro-business.com.ua/agro/ahronomiia-sohodni/item/8867-kukurudza-prodavaty-chy-pererobliaty-chastyna-1.html
4. Агропортал. «Мировые тренды: перспективные продукты глубокой переработки зерна» — [Електронний ресурс] // Режим доступу: https://agroportal.ua/views/blogs/mirovye-trendy-perspektivnye-produkty-glubokoi-pererabotki-zerna/

Лисенко Я. М.
«Економіка АПК», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — д.е.н., професор кафедри економіки і менеджменту агробізнесу Єранкін О. О.

МІСЬКЕ ФЕРМЕРСТВО — НАПРЯМОК МАЙБУТНЬОГО АГРОСЕКТОРУ

З кожним роком частка міського населення збільшується. За прогнозами ООН, до 2050 року населення Землі збільшиться на 2,5 мільярда, і 80 % людей проживатимуть у містах. Потрібно буде в 70 % більше їжі, ніж нам потрібно зараз. При цьому 80 % землі, придатної для вирощування харчових культур, уже зайняті. Більше того, несприятливі погодні умови по всьому світі знищують посіви, що призводить до росту цін. Покупці тим часом приділяють усе більше уваги тому, як вирощуються продукти, що вони споживають, і фермерам стає все складніше справлятися з розширенням міст. Як показують статистичні дані, місткість ринку збільшується із роками, що дає змогу збільшувати обсяги виробництва продукції. Але варто зазначити, що традиційне фермерство в майбутньому із такою тенденцією буде важко впоратися.

Тому враховуючи це, сіті-фермерство — є одним із основних елементів, з яких повинні складатися міста для життя в містах у майбутньому. Сіті-фермери будуть створювати унікальне міське середовище і допоможуть у вирішенні проблеми виробництва еко-продуктів та їх реалізації без витрат на логістику і дистриб'юторів.

Мета статті полягає в ознайомленні із сучасним і перспективним напрямком фермерства, а саме із міським фермерством. Донести доцільність її впровадження у повсякденне життя.

Методика дослідження. Теоретико-методичною базою дослідження є розробки вітчизняних і зарубіжних учених з питань впровадження міського фермерства в країнах світу. В роботі використано приклади вже існуючих сіті-фермер, для кращого розуміння сутності діяльності даних ферм.

В ході написання роботу було розглянуто матеріали FAO, Державної служби статистики України та інші.

Міські ферми умовно можна розділити на два види: вертикальні ферми закритого типу і ферми відкритого типу, які розміщуються на дахах будинків. Міське фермерство передбачає вирощування продуктів харчування в межах міста. Невеликі господарства вже активно розвиваються жителями США, Канади, Китаю і Німеччини. Міське фермерство — це відповідь на швидкозростаючі потреби населення в продуктах харчуванні і неможливістю задовільнити ці потреби традиційним фермерством.

Вертикальні ферми мають ряд переваг. Вони потребують мінімального обслуговування, займають небагато місця за рахунок кількох вертикальних стелажів із посадковим матеріалом. Загалом, міське фермерство не шкодить навколишньому середовищу. Варто зазначити, що вони зменшують витрати на транспортування продукції.

В України реалізовано першу ферму на даху міського ринку в Одесі. На даху одного з торгових павільйонів, площею 600 м^2. У даній сіті-фермі вже вирощують полуницю взимку під світлом оранжерейних ламп і цілодобового нагляду професіоналів.

Ще одним схожим методом до вертикального виробництва можна віднести багатошарове вирощування. Цей метод дозволяє виробляти продукцію, не зважаючи на територіальне розміщення. У будь-якій точці світу, за будь-якого клімату.

Прикладом багатошарового виробництва є «BrightBox». Це центр для багатошарового вирощування. Тут поєднується все, для того щоб отримати урожай, а саме світло, повітря, температура, живлення, вода та субстрат. «BrightBox» складається з 1 великої кімнати, в якій міститься 4 стелажі з 5 шарами на одну стійку. Загальна площа — 192 м^2.

Ще одним прикладом є «Green Sense Farms» у США. Вони орендують склад площею 2787 м^2 у промисловому районі в центрі міста. Продукцією підприємства можна забезпечити 5 штатів Середнього Заходу. У цьому приміщенні облаштовано дві теплиці із системою клімат-контролю, у кожній із яких установлено по сім 12-метрових багаторівневих стелажів і 7000 світлодіодних експлуатаційних модулів. Усередині камер з обладнанням, що випромінює холодне світло та споживає менше електроенергії, зменшується прискіпливий контроль за кліматом.

Незалежно від пори року підприємство «Green Sense Farms» постачає споживачам Середнього Заходу США свіжу зелень за помірною ціною. Вони ефективно використовують земельні, водні ресурси, а також енергоносії та виробляють продукцію без пестицидів, гербіцидів, консервантів і ГМО. Більше того, підприємство значно скорочує обсяги викидів, що виникають під час перевезень продуктів.

Враховуючи все зазначене, до основних переваг сіті-фермерства можна віднести:

- показник придатності території до проживання;
- запит на використання інноваційних рішень. Зелена економіка — це точка, де сходяться підвищені вимоги до палива, нові системи освітлення і транспортування, нові сорти рослин тощо;
- знижує кількість невикористовуваних приміщень і земель і таким чином впливає на безпеку міського середовища;
- покращує екологічну ситуацію: якщо їжу виробляють в місті, то фермерам не потрібно витрачати час та кошти на послуги постачання, вони працюють в своєму мікрорайоні;
- продовольча стабільність і харчування. Міське фермерство сприятиме забезпеченню продовольчої стабільності та здоровому харчуванню, оскільки вона дозволить нам виробляти більше продуктів харчування, якими необхідно годувати наше зростаюче населення;
- зниження вартості продукції;
- свіжі продукти та чисті продукти;
- розвиток інновацій.

До основних недоліків міського фермерства відносять:

- брак місця. Зростання чисельності населення призвів до серйозного недоліку простору і найбільш урбанізовані райони переповнені. Буде складно знайти місце для міського господарства в містах, де не вистачає місця навіть для належного житлового фонду;
- витрата енергетики. Міському фермерства буде необхідний постійний потік енергії, що важко здійснити в містах, тому що в містах вже і так має місце енергетична криза;
- не великі об’єми виробництва;
- вузька специфіка виробництва (зокрема фрукти та овочі).

Однією з головних функцій міського фермерства є поширення інновацій: автоматизація догляду, гідроізоляційні системи, сучасні біотехнології та сортові випробування для відбору придатних сортів і нові освітлювальні рішення для вирощування рослин.

В Україні зараз функціонує столична мікроферма Kyiv Farm. Вона була створена в 2016 році з метою популяризувати міське фермерство. Також у столиці проходили навчальний курс з міського фермерства. Експерти вважають, що сіті-фермер — перспективна професія майбутнього. Відзначимо, що підготовка фахівців цієї галузі в Україні вже здійснюється в Хмельницькому національному університеті на спеціальності «Агроінженерія».

Отже, міські ферми — це один із напрямків майбутнього агросектору. З кожним роком попит на неї зростає, тому що прогресують урбаністичні процеси в світі. Очевидно, що глобальне сільське господарство зосереджується на ефективному та сталому виробництві основних культур, таких як пшениця, кукурудза, соя і рис. Ці продукти з високою калорійністю складають основну частину світового раціону харчування, як для людей, так і для створення комбікормів. Вони вирощуються на великих площах і малоймовірно, що вирощування їх буде відбуватися в містах.

Міські ферми дозволяють вирішити проблему високої ціни як самих продуктів, так і логістики до мегаполісів. А ще, це чудова платформа для залучення активної молоді у агробізнес і впровадження нових технологій.

Література:

1. Державна статистика України [Електронний ресурс]. — 2010-2019. — Режим доступу до ресурсу: http://www.ukrstat.gov.ua/.
2. Міське фермерство [Електронний ресурс] // Philips. — 2019. — Режим доступу до ресурсу: https://www.lighting.philips.ua/products/horticulture/city-farming.
3. Населення [Електронний ресурс] // Організація Об’єднаних Націй — Режим доступу до ресурсу: https://www.un.org/en.
4. «BrightBox» [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://www.brightbox-venlo.nl/en/.
5. Urban farming: на дахах та під землею [Електронний ресурс] // Agravery — Режим доступу до ресурсу: https://agravery.com/uk/posts/show/urban-farming-na-dahah-ta-pid-zemleu.

ФАКУЛЬТЕТ МАРКЕТИНГУ

ПЛАТФОРМА 1
ЛОГІСТИКА: СУЧАСНІ ПЛАТФОРМИ

Томащук А. М.
«Маркетинг», 3 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
Університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри комерційної
діяльності і логістики Косарева Т. В.

РОЛЬ ТРАНСПОРТНОЇ ЛОГІСТИКИ В УМОВАХ СУЧАСНОЇ ПАНДЕМІЇ

Вступ: З 12 березня в Україні діє карантин, що передбачає закриття усіх закладів та підприємств окрім продуктових та зоомагазинів, аптек та стратегічно важливих підприємств. На цей, доволі не малий період, роботодавці повинні перевести працівників на дистанційну роботу, а в разі неможливості цього — надати їм відпустку, і основна проблема в тому, що далеко не всі спроможні оплатити відпустки усім своїм працівникам не отримуючи прибутку і після того не стати банкрутом. Передбачають, що не зазнає суттєвих збитків торгівля продуктами харчування, засобами гігієни та медикаментами, доставка товарів та інтернет-торгівля. Найбільше ж постраждає івент-сфера, готельно-ресторанний, туристичний бізнеси та індустрія краси [1]. Транспортні компанії в свою чергу можуть не впоратись з раптовим збільшенням попиту на їхні послуги, оскільки більшість з них були не готовими до такого повороту подій, особливо з точки зору технічного оснащення та робочої сили. І якщо своєчасна та правильна організація транспортної логістики для деяких компаній може принести додатковий прибуток, то для інших вона може стати єдиним способом вижити. Метою дослідження є висвітлити як транспортна логістика може врятувати бізнес в умовах теперішнього карантину і висвітлити її загальну роль на сьогодні.

Методи досліження. При проведенні дослідження використовувалися вторинні дані, що були отримані методом кабінетного дослідження, тобто аналізу наявних на сьогодні джерел інформації.

Огляд фахової літератури. Теоретичною основою дослідження стали наукові праці вчених з логістики, зокрема таких, як В.Г. Банько, А.М. Гаджинський, А.Г. Кальченко, Т.В. Косарева, Я.Ю. Лозовий, Л.Б. Миротіна, О.А. Новиков, , Б.В. Шабов.

Інформаційною базою слугували матеріали інформаційного ресурсу, присвяченому питанням логістики, зокрема і транспортної Logist.FM, інформаційні портали новин ТСН та Економічна правда та офіційні інформаційні ресурси міністерства охорони здоров'я.

Результати дослідження. Постачальники продукції першої необхідності та медикаментів зараз можуть вплинути на поширення паніки серед населення, адже якщо покупець бачить, що на полицях є усі продукти, що і зазвичай і не відчуває дефіциту, йому не буде сенсу скуповувати все підряд і тим самим він не буде провокувати інших покупців панікувати. Саме тому постачальники повинні за можливості збільшити частоту поставок продукції, переглянути маршрут (особливо в великих містах), щоб знайти найкоротший шлях на тепер, а інколи вони також повинні обрати куди першочергово поставити товар: в великий супермаркет, який знаходиться ближче і має кількох інших постачальників, чи в сільський магазин, що матеріально менш вигідно, але з іншої сторони так забезпечується більш-менш рівний доступ до продуктів для усього населення. Наразі багато постачальників медикаметнів зауважили, що жителі сільської місцевості після припинення транспортного сполучення між містами не можуть дістатися до аптек аби придбати банальні засоби індивідуального захисту, тому вони почали доставляти в сільські крамнички маски, рукавички та антисептики, аби полегшити їм життя.

Щоб мінімізувати збитки розвивають транспортну логістику багато закладів харчування та, інколи, працівники індустрії краси. Багато кафе та ресторанів почали користуватися послугами посередників, таких як Glovo чи Raketa, але ці посередники не можуть співпрацювати зі всіма бажаючими, тому що їх ресурси обмежені, крім того багато кур'єрів звільняються чи беруть відпустку на час карантину. Саме тому все частіше останніми днями заклади харчування намагаються організувати самостійну доставку продукції [2], але для цього заклад по-

винен мати транспортний засіб, кур'єра (або когось з працівників закладу, хто готовий ним стати), необхідні контейнери для кожного з видів продукції, засоби дезінфекції для авто та засоби захисту для кур'єрів.

Нещодавно дозволили роботу перукарень, а в деяких регіонах і інших закладів краси, проте їх робота також зазнає змін, тому що далеко не усі можуть дістатися до найближчих перукарень, тому тут також стоїть питання про доставку клієнтів до закладу. І навіть якщо вона не буде безкоштовна, клієнтів це привабить, тому що створюється враження, що про нього піклуються.

Також сьогодні, на фоні міжнародного заклику «Stay at home», створюється все більше можливостей для доставки окремих продуктів додому. Наприклад компанія Samsung обіцяє безкоштовну доставку усіх її товарів, куплених онлайн [3]. А за ініціативою президента Rozetka, АТБ і Нова Пошта запустили службу доставки продуктів харчування, яка спочатку діяла лише в Дніпрі, проте виявилась доволі вдалою і її розширили по усій території країни. Все працює так: АТБ формує пакети і продає всі продукти за мінімально можливою ціною, ROZETKA надає свій сайт для їх розміщення і обробляє всі замовлення безкоштовно, тому що у АТБ є роздрібна мережа, але немає сайту, Нова пошта доставляє замовлення прямо додому за їх собівартістю [4].

Важливою є доставка працівників до місця роботи. Починаючи з 17 березня поступово припинили роботу як міжміське сполучення, так і всередині міста, тому компанії, що не перевели увесь колектив на дистанційну роботу, повинні подумати про те, як будуть добиратися працівники, особливо ті, що не мають власного транспортного засобу. Малий та середній бізнес часто йде найдешевшим шляхом — вводить акцію «підвези колегу», проте такий метод не завжди є дієвим бо не так багато людей можуть мати авто, а у кого воно є, часто нема бажання або фізичної можливості когось підвезти. В таких випадках може допомогти матеріальне стимулювання, таке як покриття частини або повністю витрат на пальне, фінансова подяка та ін.

Компанії, що мають власну кур'єрську доставку часто використовують їх транспортні засоби, проте в такому випадку потрібно пам'ятати по ретельну дезінфекцію автомобіля після того, як ним привезли працівників.

Більші компанії мають змогу оплатити таксі хоча б для частини персоналу, так, наприклад, вчинив «Новий канал»: ті, хто можуть працювати дистанційно це і роблять, а іншим компанія повністю покриває витрати на таксі до роботи і додому.

Висновки і пропозиції. Наразі важко переоцінити роль транспортної логістики, сьогодні від її розумної організації буквально може залежати здоров'я людей. За оцінками експертів, світ повинен готуватися до кризи, гіршої ніж у 2008 році, отож для багатьох компаній правильна організація транспортної логістики може стати ключем до виживання. Проте карантин також і додає роботи в цій сфері.

Як мінімум усі компанії повинні потурбуватися про ретельнішу дезінфекцію транспортних засобів, перегляд звичних маршрутів, пошук нових можливостей та вирішення нових проблем. Для компаній, усі працівники яких не можуть працювати дистанційно, необхідно забезпечити довіз працівників до місця роботи, організувати безконтактну доставку та оплату продукції. Це дасть змогу не лише зберегти хоча б якийсь рівень продаж, а і завоювати лояльність покупців.

Література:

1. Хроніки кризи бізнесу: кого в Україні найбільше накриє шторм коронавірусу [Електронний ресурс] / Економічна правда. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: https://www.epravda.com.ua/publications/2020/03/19/658296/.
2. Кур'єрські служби та їжа на виніс:як переформовуються заклади харчування в умовах карантину [Електронний ресурс] // ТСН. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: https://tsn.ua/ukrayina/kuryerski-sluzhbi-ta-yizha-na-vinis-yak-pereformatovuyutsya-zakladi-harchuvannya-v-umovah-karantinu-1512171.html.
3. Залишайтесь на зв'язку із Samsung: безкоштовна доставка онлайн-замовлень та додатковий рік гарантії [Електронний ресурс] // Samsung. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: https://news.samsung.com/ua/free delivery online.
4. Чечоткін В. Сегодня мы вместе с АТБ и Новой почтой запускаем доставку продуктов питания домой. [Електронний ресурс] / Владислав Чечоткін. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=3666778273395790&id=100001909618416.

Дубовий Є. Ю.
«Комерційна діяльність та логістика», 3курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
Університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри
комерційної діяльності і логістики Кужель В. М.

РОБОТИЗАЦІЯ СКЛАДСЬКИХ ОПЕРАЦІЙ

Вступ. Ні у кого не виникає сумніву в тому, що в останні роки складські операції зазнали значних змін — і з поступовою інтеграцією технологій це одна з тенденцій в області логістичних технологій, яка, ймовірно, збережеться. Одним з очевидних нововведень є складська робототехніка, ця область технологій значно просунулась уперед за останні роки.

Використання робототехніки при здійсненні складських операцій надає суттєві переваги порівняно із виконанням аналогічних функцій людиною. Отже, тема роботизації складських операцій наразі є актуальною.

Методи досліження. При проведенні дослідження використовувалися вторинні дані, що були отримані методом кабінетного дослідження, тобто аналізу наявних на сьогодні джерел інформації.

Огляд фахової літератури. Питанням загальної інтелектуалізації та роботизації логістичних процесів зокрема, займались наступні вчені — Є.В. Крикавський, Н.І. Чухрай, Л.В. Фролова, О.М.Сумець, В.Г. Алькема, О.М. Ястремська, О.В. Посилкіна, С.В. Смерічевська, І.В. Поповиченко, Н.П. Тарнавська, А.І. Семененко, В.І. Сергєєв, В.С. Лукінський, С.О. Уваров, Д. Уотерс, Д.Д. Бауерсокс, Д. Сток, Д. Ламберт та ін.

Результати дослідження. Згідно глобального звіту про роботу з клієнтами Global Customer Report 2019, тестування робототехніки на складі збільшилася на 18% в порівнянні з минулим роком. Мобільний складської робот Boston Dynamics під назвою Handle є тому одним з яскравих прикладів: компанія розробила повністю автономний компактний пристрій, який може отримувати доступ в будь-які важкодоступні місця, і при цьому володіє широким кутом огляду [1].

Завдяки цьому робот може швидко розвантажувати вантажівки, складати піддони і переміщати ящики по всьому складу. Також підвищити ефективність і швидкість складських процесів модернізовані вантажівки, які можуть пересуватись територією без водія, чи багатофункціональні роботи, які можуть виконувати значний обсяг роботи.

Наприклад, компанії GreyOrange і Locus Robotics вже застосовують роботів, які самостійно переміщаються по складу. Завдяки технологіям машинного навчання і датчикам, що забезпечує граничну точність і простоту відстеження, на сучасних складах в 2020 році з'явиться велика кількість автономних роботів.

AVG — Automatic guided vechicle — буквально транспортний засіб з автоматичним управлінням. Тобто ні водій, ні пульт управління в руках людини для такого засобу не потрібен він управляється самостійно згідно закладеної в нього програми і системи безпеки. Часто оснащується додатковими механізмами для маніпуляцій. Такі роботи в найближчому майбутньому можуть повністю витіснити людину зі складу.

Розподільні центри Amazon, в 2016 використовували близько 45 тисяч роботів Kiva , до прикладу: в 2015 їх було 30 тисяч, а в 2014 року — 15 тисяч одиниць. В 2016 році було автоматизовано 8 % від розподільних центрів 75 найбільших американських мереж.

За прогнозами фахівців впродовж 2017–2022 автоматизація складів буде рости на 11,8% в рік. Слід зауважити, що у підрозділі складських працівників профспілки США стривожені зростанням безробіття в цьому секторі.

До 2022 обсяг ринку зросте до $4.44 млрд — прогнозує Markets and Markets Research Pvt. Ltd. До 2025 року, завдяки IoT ринок управління складами зросте до $19.06 млрд, згідно з прогнозами Grand View Research Inc.

Світовий ринок мобільних роботів буде рости в рік на 16,31%, досягнувши $10 млрд до 2020 року, за оцінками Markets and Markets. А Transparency Market Research прогнозує, що ринок мобільних роботів зросте з $ 8,5 млрд в 2016 році до $ 30 млрд до 2025 року [2].

Таким чином прогноз на наступні роки є незмінним, а саме зростання кількості роботизованої техніки на складах і зростання всієї галузі в цілому, не лише у США, а й по всьому світу. Не аби-як цьому сприятиме й Ілон Маск, який зовсім нещодавно презентував світу нову електричну вантажівку і головною її особливістю буде не дальність їзди на одній підзарядці,

а повна відсутність людини у процесі керування. Безумовно, такі технології дуже скоро прийдуть в наш світ.

Але повернімося спочатку до роботів і з'ясуємо які їх види уже випускаються серійно:

- Роботи-візки із платформою, застосовуються для навантажування або штабелювання, перевозять вантажі самостійно по території складу. Платформа оснащується підйомним механізмом. Якщо візок обладнаний механізмом рольганга і / або штовхача, то може самостійно розвантажуватися, розкладаючи товари по полицях або знімати товари з полиць, збираючи їх на палету або в контейнер. Застосовується для складських логістичних завдань.
- AGV буксирувальник — переміщує прості візки, автоматизує доставку важких вантажів на великі відстані.
- Палетайзери — промисловий маніпулятор, що приводиться до руху серводвигунами, призначений для автоматичного захоплення і укладання продукції на палети.
- Роботи-сортувальники — застосовуються в упаковці товарів, в системах онлайн-торгівлі. Можуть ідентифікувати предмети в купі, наприклад по базі тривимірних зображень всіх предметів.
- Безпілотники навчились проводити швидку інвентаризацію складів з високими полицями.

У більшості випадків раціонально організувати комплексні рішення для роботизації складу, що включають ряд апаратів: маніпулятори, мобільні візки, палетайзери, одні знімають з полиць інші перевозять до місця видачі. За таким принципом можна створити цілу мережу роботів в одному складі [3].

AGV слідкує за попередньо визначеною траєкторією. Старт руху може запускатися згідно події: початок зміни, прибуття вантажу, сигнал оператора.

Слідуючи за маршрутом, AGV може:

- розпізнавати розвилки;
- супроводжувати конвеєр на постійній швидкості;
- робити зупинки "на вимогу" оператора;
- картографувати нерухомі перешкоди для проїзду на мінімальній відстані;
- розпізнавати перешкоди, які переміщаються, очікувати їх зникнення та продовжувати роботу.

Як AGV визначають маршрут:

1. По кабелях вбудованим в підлогу — це також джерело енергії, тому зарядка не потрібна. Правда будь-які зміни маршруту вимагають перебудови ліній.

2. По магнітній стрічці, що наклеюється на підлогу, не заважає, легко створювати розвилки, зупинки і повороти. Дешевий спосіб, але стрічка зношується механічно.

3. Інерціальна навігація, працює без міток і зовнішніх орієнтирів. Рішення в накопичуванні помилок інерціальними системами. Можна застосовувати інерціальні системи високої точності.

4. Лазерна навігація. У приміщенні заздалегідь встановлюються мітки, за допомогою лазерної навігації місце розташування AGV визначається методом тріангуляції по них.

5. З'являються також системи, які не потребують розмітки складу — вони орієнтуються на системи технічного зору з розпізнаванням образів [3].

Розглянемо переваги такої організації робіт:

- зниження собівартості робіт;
- організація робіт;
- усунення помилок людського фактору;
- підвищення безпеки та якості праці;
- легкість змін і перепрограмування.

Отже, використання роботів значно підвищує ефективність виконання складських операцій.

Висновки і пропозиції. Підводячи підсумки, можна скласти прогноз тих дій, які відбуватимуться в майбутньому. Великі вантажівки на автопілоту будуть пересуватися трасами загального користування, але вони будуть підготовленні спеціально для таких вантажівок. Курсуватимуть вони з фабрик та заводів на склади. Потім, по прибуттю на склад, палети з кожним видом товару будуть зніматися й скануватися для ведення обліку спеціальними роботами. Далі ці палети будуть переміщені далі на стелажі, а за необхідності, повернуті уже в інші вантажівки, щоб доставити товар споживачам. Так ми маємо цілий цикл переміщення товарів без задіяння людської сили взагалі.

Література:

1. Ксенія Савчук. ТОП-10 інновацій, які змінять логістику в 2020 [Електронний ресурс] Режим доступу: https://elnews.com.ua/ru/top-10-ynnovaczyj-kotor%D1%8Be-yzmenyat-logystyku-v-2020-godu/
2. Складські інновації і футуризм [Електронний ресурс] Режим доступу: https://www.imvo.lviv.ua/blog/skladski-innovatsii-mynule-sohodni-i-futuryzm
3. Nataliya Raevskaya. Яким роботам сьогодні пропонують роботу? [Електронний ресурс] / Nataliya Raevskaya. Режим доступу: https://tqm.com.ua/ua/likbez/interview-ua/avg-roboty-na-skladi

Мюллер А. С.
«Маркетинг», 3 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
Університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — д.е.н., професор кафедри комерційної
діяльності і логістики Олексюк О. І.

ДОСТАВКА ДРОНАМИ: ПЕРСПЕКТИВИ, ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

Вступ. Проблематика даного дослідження стосується того, що сучасний світ не стоїть на місці та розвивається із кожною хвилиною. Це ж стосується і логістики, а саме способів доставки товарів. Одним із новітніх і поки недосконало досліджених методів доставки є доставка дронами.

Метою даного дослідження є визначення реальних переваг та недоліків такого виду доставки, як доставка дронами для визначення реальної можливості введення такого методу доставки підприємствами.

Актуальність даної теми полягає в тому, що кілька років тому з'явилася ідея організації доставки товарів дронами. І з кожним роком така перспектива стає все більш реальною. Ймовірно, що це лише питання кількох років, коли в небі з'являться сотні дронів, що доставляють різноманітні вантажі.

Методи дослідження. При проведенні даного дослідження використовувались вторинні дані, що були отримані методом кабінетного дослідження, тобто аналізу наявних на сьогодні джерел інформації.

Огляд фахової літератури. Наразі питання доставки дронами є суперечливим і не досконало вивченим, тому в українській науковій літературі наявна обмежена кількість статей та досліджень на цю тему. Однак, американськими комерційними компаніями проводяться наразі дослідження щодо ефективності такого методу доставки, а також щодо виявлення думки споживачів на рахунок доставки товарів дронами.

Незважаючи на те, що питання доставки товарів дронами цікавить перш за все підприємства, які займаються логістичним сполучанням, українські науковці не приділяють достатньої уваги даному питанню. Ті ж статті, які є в американських джерелах переважно висвітлюють позитивні наслідки від введення доставки дронами. У своїй же роботі, я хочу продемонструвати, що окрім явних переваг (таких, як швидкість доставки), доставка дронами має ряд недоліків.

Результати дослідження. Випробовування дронів у якості методу доставки проводяться по всьому світу. Однією із найвідоміших компаній, яка розпочала таке нововведення, є Amazon.com, найбільша компанія з e-commerce у США. Робота над проектом Amazon Prime Air розпочалая ще у 2013 році. Він передбачає доставку товарів клієнтам за допомогою октокоптерів (дронів з 8 гвинтами). Серед українських підприємств такий вид транспортування вантажів розглядала Нова Пошта [1].

Робота дронів полягає в тому, що відповідальний співробітник компанії приєднує вантаж до дрона, вмикає систему живлення, а електронна система пристрою автоматично підключається до бази даних мережі доставки компанії, обирається місце призначення. Наступним кроком є генерація маршруту дроном, який здійснюється на основі чотирьох типів даних, відображених на рис. 1.



Рис. 1. Типи даних, необхідних для побудови маршруту дроном

Джерело: створено автором на основі [1]

Як зазвичай, у такого способу доставки існують свої переваги та недоліки.

До переваг можна віднести:

Зниження транспортних витрат. Доставка дронами має ряд переваг як для підприємств, так і для споживачів. Терміни доставки скорочуються від двох до трьох днів, до кількох годин. До того ж, існує менша ймовірність пошкодження вантажу під час доставки, оскільки політ дрона досить плавний.

✓ Скорочення часу доставки. Дрони транспортують товар до заданої точки за запланованим оптимізованим маршрутом, при цьому на них не впливає стан дорожнього руху. Споживачі мають змогу отримати товар менше, ніж за 30 хвилин.

✓ Скорочення заторів на дорогах. Багато компаній розглядають технологію дронів для виконання завдань доставки. Менше використання вантажних автомобілів та мікроавтобусів для доставки призведе до значного скорочення завантаженості доріг.

✓ Зменшення забруднення навколишнього середовища. Відомо, що доставка дронами зручніша, ніж вантажні автомобілі, а також ефективніша. Використання дронів різко скоротить викиди вуглецю, тим самим певною мірою буде захищати навколишнє середовище.

Серед недоліків можна назвати такі:

- Невелика вантажопідйомність, яка складає приблизно 3-4 кілограми, призводить до того, що дрони не можуть транспортувати великогабаритні вантажі.
- Обмеження часу автономної роботи. Дрон може безперервно працювати близько 30 хвилин, що істотно обмежує радіус доставки. Для комерційного використання необхідно створювати цілу систему з дронів та станцій для них, щоб вони могли транспортувати товар на досить велику відстань.
- Питання конфіденційності. Оскільки під час використання дрону застосовується GPS для визначення точного місця призначення, а також вбудована камера, яка дозволяє уникати перешкоди під час транспортування та безпечно приземлитися, це може не влаштовувати певних споживачів, які будуть турбуватися про свою конфіденційність.
- Безпечність після відвантаження. Якщо під час кур'єрської доставки споживач має змогу отримати товар прямо в руки, то під час доставки дроном він залишає вантаж просто на галявині. Таким чином, не виключено, що його може забрати третя особа [2].

Американськими вченими було проведено дослідження, під час якого було з'ясовано, як люди ставляться до транспортування вантажів дронами та чи користувалися б вони таким способом доставки. Результати цього дослідження відображено на рис. 2.



Рис. 2. Результати дослідження

Джерело: створено автором на основі [3]

Висновки. Отже, можна зробити висновок, що у найближчі роки дрони стануть майбутнім логістики з меншою вартістю транспортування, більшою зручністю та швидкістю доставки товарів. Компанії-гіганти вже розпочали тестові роботи у даному напрямку, а отже, коли існуючи проблеми будуть вирішені, то за прикладом цих компаній почнуть працювати також і інші підприємств.

Література:

1. Федоричак В. Доставка дронами: привіт із майбутнього? [Електронний ресурс] / Володимир Федоричак. — 2013. — Режим доступу до ресурсу: https://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/dostavka-dronami/
2. Akshat Sharma. How Future Delivery Drones Will Deliver Your Packages [Електронний ресурс] / Akshat Sharma. — 2019. — Режим доступу до ресурсу: https://jungleworks.com/how-future-delivery-drone-will-deliver-your-packages/
3. Riley Panko. Drone Delivery: Benefits and Challenges [Електронний ресурс] / Riley Panko. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: https://clutch.co/logistics/resources/drone-delivery-statistics-benefits-challenges

Сухаревська А. В.
«Маркетинг», 3 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний Університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри комерційної діяльності і логістики Закревський А. В.

ВПЛИВ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ НА СУЧАСНИЙ СТАН ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Вступ. В умовах сьогодення майже усі сфери людського життя піддані процесам діджиталізації, яким притаманні інноваційність, об'єктивність та невідворотність процесів. У межах епохи глобальних змін діджиталізація передбачає появу інноваційних рішень у різних сферах діяльності людини: соціальній, політичній, технологічній, науковій, освітній, а також в області економіки.

У процесі злиття віртуального та реального світів утворюється змішаний світ, в якому домінує Інтернет, і на основі цього виникає тотальна цифровізація зокрема й у сфері логістики [1].

Методи дослідження. При проведенні дослідження використовувалися вторинні дані, що були отримані методом кабінетного дослідження, тобто аналізу наявних на сьогодні джерел інформації.

Огляд фахової літератури. В останні кілька десятиліть питання підвищення ефективності ланцюгів поставок, управління логістичною діяльністю підприємств знаходилися в центрі уваги таких вчених, як К. Картер, П. Істон, П. Ларсон, А. Халлдорссон, І. Чен, А. Паулраж, Д. Роджерс, Дж. Баррі, Д. Ламберт, О. Вільямсон та ін. [1].

Питання інновацій в логістиці перебуває в полі зору дослідників, що займаються проблемами логістики, таких як Н. Чухрай, Р. Патора, І. Афанасенко, В. Борисова, Л. Болдирєва, Я. Арлберн, Г. Хаас, К. Мунксгаард, Д. Флінт, Е. Ларссон, Б. Гаммелгаард, С. Грейв, С. Вагнер [2, 3]. Отже, питання оптимізації та підвищення ефективності управління логістичними каналами є актуальним та затребуваним у практичній діяльності, адже економічна криза та конкуренція на ринку логістичних посередників зумовлюють пошук нових інноваційних способів роботи.

Результати дослідження. В останні роки транспортна сфера функціонує в умовах економічної кризи, що відобразилося й на ринку автоматизації логістики [2].

Транспортно-логістична галузь, на жаль, відстає в напрямі діджиталізації якщо порівняти зі сферами телекомунікацій, банківських послуг, роздрібної торгівлі, тощо. Багато транспортно-логістичних компаній застосовують, як і раніше, ручну працю, неефективно використовуються вже наявні активи (в світі близько 50 % вантажних транспортних засобів повертаються назад порожніми після доставки вантажу). Саме тому цифровізація логістичної діяльності підприємств має базуватися на впровадженні інформаційних бізнес-моделей і цифрових сервісів.

Існує декілька нововведень у логістичній діяльності. Останнім часом змінилася роль експедиторів. Наразі вони стають все більш діджиталізованими. Це випливає, в першу чергу, з потреб клієнтів у прозорості операцій та економії часу.

Великі експедиторські компанії та підприємства, що розвивають свою конкурентоспроможну перевагу шляхом підвищення якості та ефективності послуг, використовують онлайн-платформи, де вони з'єднують вантажовідправників з перевізниками.

Ця трансформація відбулась не завдяки новому обладнанню, а завдяки новим способам обробки даних. Big data дають нам можливість економії операційних витрат, використовувати наші ресурси з більшим ефектом, досягати прозорості даних у ланцюзі поставок та здійснювати аналіз в реальному часі.

Серед інструментів найсучасніших логістичних платформ варто відзначити: автоматизований пошук контрагентів, відхід компанії від паперових документів, інформація в межах реального часу та прозорість даних.

Автоматизований пошук контрагентів. Завдяки діджиталізації автоматизація вже починається з пошуку перевізників. Інтелектуальний підбір перевізників та можливість створення груп контрагентів, допомагає швидко та ефективно знайти відповідного перевізника, вантаж та транспорт для вантажу.

Відхід компаній від паперових документів. Паперова робота завжди з'являлась ще до того, як вантаж починав перевозитись. Сьогодні у цифрових платформах всі документи можна дуже швидко і легко адаптувати та надсилати. Окрім цього, всі документи архівуються в системі, так, що завжди можна повернутися до них. Ще однією перевагою є те, що оплату можна отримати набагато раніше.

Інформація в реальному часі. Завдяки цифровізації весь транспортний процес стає прозорим. Ви можете моніторити свої товари, бачити точне їхнє місцезнаходження.

Прозорість даних. Звіти, що створюються в межах однієї платформи, завдяки Big data, дають нам інформацію про сезонність, актуальні ціни, ефективність. Врешті-решт, менеджери мають доступ до даних і мають можливість змінити стратегію та бізнес-моделі, що впливають на результативність. Це дає змогу моментально реагувати та організувати зміну маршруту або перейти на інший спосіб доставки задля уникнення можливих штрафів [3].

Наразі у сфері логістики в Україні випробовуються такі інформаційні логістичні системи, як Knapp, SAP і Ubimax. Програмне забезпечення указаних інформаційних логістичних систем дає змогу розпізнавати логістичні об'єкти в режимі реального часу (склади, маршрути, транспорт), зчитувати штрих-коди, сканувати внутрішню навігацію і забезпечувати інтеграцію інформації з системою управління складами [4].

Окрім допомоги логістичним підприємствам у вдосконаленні їх бізнес-процесів, упровадження процесів діджиталізації дає їм змогу надавати нові види послуг для своїх клієнтів, зокрема складання (збір, формування) продукції та ремонт товарів, а також надання нових форм щодо інноваційних інструментів підтримки клієнтів [5].

Висновки і пропозиції. Отже, процеси діджиталізації займають важливе місце у сфері логістики. Цифровізація створює можливості для отримання доходу та підвищення ефективності діяльності. Фахівцям логістичної галузі потрібно якнайшвидше зрозуміти, яким чином максимально використовувати можливості від діджиталізації для розвитку та підтримки конкурентоспроможності. Використання технології на основі IoT, штучного інтелекту робить бізнес швидшим та більш ефективним.

Література:

1. Качуровський В.Є., Волонтир Л.О. Створення логістичних інформаційно-програмних модулів на основі логіко-часових функцій. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2008, № 633.
2. Печенюк А.В., Гуцол Т.Д. Сучасні інформаційні технології в транспортній логістиці. Вісник СНУ ім. Володимира Даля. 2010. № 6.
3. Діджиталізація в логістиці. Чи дійсно вона має такий сильний вплив на галузь [Електронний ресурс] — 2019. — Режим доступу до ресурсу: https://trademaster.ua/articles/313066.
4. Гавриленко А.В., Гаврилко Т.О. Інформаційні системи в управлінні корпоративними бізнес-спроцесами. Проблеми системного підходу в економіці. 2016, Вип. № 1(55).
5. Коваленко О.О., Марценюк Т.О., Яворська І.О. Проблеми використання інформаційних логістичних систем на українських підприємствах. Економічний простір. 2015, № 19.

Кріпак В.С.
«Маркетинг», 3 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
Університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — асистент кафедри комерційної
діяльності і логістики Коломієць Т.Є.

РОЛЬ ЛОГІСТИЧНОГО АУТСОРСИНГУ ЯК СПОСОБУ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Вступ. Будь-яке підприємство за нинішніх умов сучасного ринку, з точки зору конкурентної боротьби, все більше намагається отримати перевагу над своїми конкурентами за допомогою різних інструментів та засобів, що дозволять підвищити його конкурентоспроможність. Конкурентоспроможність безпосередньо має зв'язок з результативністю та ефективністю діяльності підприємства. Одним з інструментів підвищення ефективності може стати аутсорсинг з логістичних операцій, оскільки існують процеси, які можуть бути, інколи навіть доцільно, передати на аутсорсинг. У розвинених країнах використання логістичного аутсорсингу є одним із способів підвищення ефективності та результативності підприємств, що позитивно впливає на конкурентоспроможність на ринку. Це пов'язане з тим, що підприємства вбачають вигоди від передання деяких операцій іншим підприємствам, які спеціалізуються на їх виконанні. Але слід підходити до вирішення такого питання виважено, оскільки іноді суб'єкти господарювання можуть навпаки завдавати збитки, спричинені не обґрунтованим аналізом та доведенням необхідності у переданні частини або всіх операцій стороннім організаціям. Вважливість використання послуг з аутсорсингу логістичних операцій проявляється саме тоді, коли підприємства розуміють та знають, якими є переваги та недоліки використання таких послуг, та чи принесе це підприємству відповідну вигоду.

Метою роботи є виявлення доцільності використання аутсорсингу з логістичних операцій як способу підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Методи дослідження. При проведенні дослідження використовувалися вторинні дані, що були отримані методом кабінетного дослідження, тобто аналізу наявних на сьогодні джерел інформації.

Огляд фахової літератури. При дослідженні питання доцільності впровадження логістичного аутсорсингу були використані наукові публікації вітчизняних вчених: Данилюк Т.І. і Мохнюк А.М. [1], Ларіонової К.Л і Свідзінської Т.О [2], Чукурної О.П., Більмак А.В., Іщенко Ю.С. [3].

Враховуючи значний внесок цих науковців у розвиток концепції логістики, можна зазначити, що питання розвитку логістичного аутсорсингу в умовах глобалізації вивчено недостатньо.

Результати дослідження: Логістичний аутсорсинг представляє собою діяльність з передачі певних логістичних операцій іншим посередницьким підприємствам. Зазвичай, логістичний аутсорсинг впроваджують транспортні посередники [3, с. 728].

Суть даної послуги полягає в зменшенні витрат компанії на логістику, при реалізації поставок продукції завдяки залученню кваліфікованих професіоналів –логістичних операторів [1, с. 132].

Для деяких підприємств логістика не має вагомого значення або не є їх ключовою бізнес-компетенцією, але все ж є невід'ємною частиною бізнес процесу. Наявність в таких компаніях

логістичного відділу є їх тягарем, оскільки витрачається безцінний час та фінансові ресурси на його утримання. Його наявність не завжди є перевагою, оскільки якість виконання завдань може бути низька та неефективна. Тому підприємства передають всі, або частину власних завдань стороннім виконавцям, оскільки аутсорсинг логістичних процесів є одним з факторів успішного бізнесу та одним із популярних методів оптимізації ресурсів підприємства.

Одним з найбільш ефективних методів підвищення рентабельності бізнесу 64% опитаних (Dyson, Sony, Siemens, L'Oreal, Lamoda, «Ділові Лінії») назвали впровадження аутсорсингу в управлінні. Поєднання певних інструментів логістики та концентрація уваги підприємства на основних видах діяльності дає можливість розвитку ринку логістичного аутсорсингу [1, с. 131].

Залучення аутсорсингу сприяє й підвищенню гнучкості діяльності. Саме в тому, що підприємство має змогу утримувати потужності й штат персоналу на тому рівні, якого потребує його звичайний режим роботи, а в разі виникнення необхідності розширення звертається до ресурсів аутсорсера. Це призводить також до того, що підприємство не має необхідності залучати додаткові інвестиції, а вивільнені кошти може спрямувати на розвиток основного виду діяльності. По-друге, вдаючись до послуг висококваліфікованих фахівців, підприємство, зазвичай швидше реагує на зміни внутрішнього та зовнішнього середовища, в тому числі й зміни ринкової кон'юнктури [2].

Аутсорсинг логістичних процесів є ідеальним вибором, як інструмент підвищення конкурентоспроможності, за умов того, що вагомість переваг, які отримає підприємство значно більші за збитки з якими підприємство може зіткнутися у майбутньому. До переваг можна віднести наступне: сконцентрованість на профільній діяльності, якість виконання логістичних процесів, скорочення витрат підприємства. Формуються можливості для збільшення ефективності діяльності завдяки появі вільних коштів, які можуть бути спрямовані на розвиток бізнес-процесу компанії, тобто направлені на маркетингові дослідження, модернізацію виробничого обладнання, проведення реклами, створення нового продукту.

Прийняття рішення про перехід на аутсорсинг є складне комплексне завдання, що відноситься також і до стратегічної діяльності підприємства. Головним при переході є те, що підприємство чітко повинне проаналізувати сукупність своїх завдань, чітко співставити їх зі стратегічними цілями та визначити обсяг робіт, які варто передати спеціалізованій компанії.

Ухвалення рішення про передачу на аутсорсинг окремих функцій і процесів логістичного підприємства може бути складним, але вигідним процесом для підприємства. Ретельне вивчення мотивів, очікувань і обґрунтувань аутсорсингу найважливіших функцій логістики дозволяє підприємствам приймати ефективні рішення, які генерують додаткову прибутковість та дозволяють отримати оптимальніі стратегії аутсорсингу [1, с. 134].

Висновки. Отже, зазвичай основними причинами звернення підприємства до аутсорсингу є низька ефективність чи збитковість логістичних процесів. Набагато вигідніше передати частину операцій тому хто вміє це робити краще і дешевше. Але слід завжди пам'ятати, що керівництву підприємства потрібно ретельно підходити до вибору ділового партнера по аутсорсингу, врахувавши можливості співпраці, досвід роботи, ціну, якість, діяльність конкурентів тощо.

Можна вважати, що логістичний аутсорсинг відіграє важливу роль для конкурентоспроможності підприємства, оскільки дає можливість досягти реальних конкурентних переваг при проведенні відповідних аналізів щодо доцільності передачі тієї або іншої логістичної операції на аутсорсинг. Основними мотивами передачі логістичних функцій підприємствам-аутсорсерам є прагнення зробити бізнес гнучкішим, керованішим, зменшити власні витрати і збільшити прибуток. Це дозволить підприємству збільшити свою ефективність на ринку, поліпшити якість товарів або послуг, покращити показники рентабельності та підвищити конкурентоспроможність.

Література:

1. Данилюк Т.І., Мохнюк А.М. Логістичний аутсорсинг як інструмент управління підприємством. URL: http://e-forum.lntu.edu.ua/index.php/ekonomichnyy_forum/article/view/64/58.

2. Ларіонова К.Л., Свідзінська Т.О. Роль аутсорсингу у діяльності підприємств: переваги та недоліки. URL: http://elar.khnu.km.ua/jspui/handle/123456789/7239.

3. Чукурна О.П., Більмак А.В., Іщенко Ю.С. Логістичний аутсорсинг в умовах глобалізації. URL: http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/1/174.pdf

Мартинюк К. Є.
«Комерційна діяльність та логістика», І курс,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — *канд.фіз.-мат наук доцент*
кафедри вищої математики Тузов О. Н.

ТЕОРІЯ ІГОР У ЛОГІСТИЦІ

Вступ. Теорія ігор — це теорія раціональної поведінки людей з не співпадаючими інтересами; теорія математичних моделей для прийняття оптимальних рішень в умовах конфлікту. Теорія ігор застосовується в економіці не тільки до моделювання задач організації промисловості, які стали вже класичними, але й взагалі практично до кожної задачі, що має економічний контекст.

Суть теорії ігор полягає в тому, що вона використовується для досягнення узгодження інтересів сторін. Її мета — вироблення рекомендацій розумної поведінки учасників конфлікту (визначення оптимальних стратегій поведінки гравців).

У даний час ведуться наукові дослідження, спрямовані на розширення областей застосування теорії ігор. Тому я вирішила розглянути цю тему на фоні своєї спеціальності — логістики.

Логістика набуває все більшого значення для стабільної та ефективної роботи підприємства, забезпечення його конкурентоспроможності. У найбільш узагальненому розумінні логістику визначають як теорію і практику управління матеріальними та інформаційними потоками, які забезпечують досягнення загальних цілей фірми за найменших витрат ресурсів.

Логістика передбачає планування, організацію і контроль руху матеріальних та інформаційних потоків в просторі і в часі на шляху від первинного джерела сировини і матеріалів, внутрішньофірмової їх переробки до виготовлення готової продукції і доведення її до споживача.

Методи дослідження. Найголовнішим методом дослідження в роботі є порівняння фактичних, статистичних та інших даних з використання теорії ігор, проектування можливих результатів у вимірі сучасної парадигми економіки на сферу логістики. Також не останнє місце займає ознайомлення з економічною та математичною літературою по темі роботи.

У процесі виконання роботи я працювала з науковими працями різних учених, зокрема з такими: Дж. Фон Нейман, О. Моргенштерн, А. Субботін, М. Бартіш, І. Дудзяний, А. Шиян, К. Монте, Р. Фелькер, Дж. Мак-Кінсі, Е. Мулен, Г. Оуен, В.Барановська.

Результати дослідження. Українці щороку збільшують кількість отриманих та відправлених посилок. Згідно з даними Державної служби статистики (Держстат) у 2019 році обсяг послуг в сфері поштової та кур'єрської діяльності збільшився на 25% до 8 млрд гривень. Порівнявши декілька українських поштових служб, які є фаворитами серед клієнтів, державна служба доставки виділила 5 основних. Потрібно обрати найвигіднішу службу для співпраці.

Маємо 3 критерії, кожен з яких оцінюється в 5 балів максимум. Оцінка проводилась за поглядами клієнтів.

	Цінова політика	Якість перевезення вантажу	Швидкість доставки
Нова пошта	4,5	4,0	3,5
Укр пошта	2,1	3,6	2,3
Автолюкс	4,2	3,8	4,5
Делівері	3,4	2,9	3,8
Міст Експрес	2,7	4,2	4,3

Будемо застосовувати декілька стратегій для отримання найточніших результатів.

1. Критерій «максимакса»-критерій повного оптимізму

	Цінова політика	Якість перевезення вантажу	Швидкість доставки	MAX
Нова пошта	4,5	4,0	3,5	4,5
Укр пошта	2,1	3,6	2,3	3,6
Автолюкс	4,2	3,8	4,5	4,5
Делівері	3,4	2,9	3,8	3,8
Міст Експрес	2,7	4,2	4,3	4,3

За критерієм повного оптимізму бачимо, що найвигідніша співпраця буде з Новою поштою та Автолюкс.

2. Потрібно перевірити наш результат та винести остаточне рішення. Скористуємось критерієм Севіджа. Складаємо матрицю ризиків: R_{ij}=max-a_{ij}

0,0	0,2	1,0
2,4	0,6	2,2
0,3	0,4	0,0
1,1	1,3	0,7
1,8	0,0	0,2

	Цінова політика	Якість перевезення вантажу	Швидкість доставки	MAX
Нова пошта	0	0,2	1,0	1,0
Укр пошта	2,4	0,6	2,2	2,4
Автолюкс	0,3	0,4	0	0,4
Делівері	1,1	1,3	0,7	1,3
Міст Експрес	1,8	0	0,2	1,8

Обираємо зі стовпця MAX мінімальне значення. Маємо поштову службу Автолюкс (0,4). За нею слідує Нова пошта (1,0).

Отже, як ми бачимо в обох випадках при використанні двох різних критеріїв найвигіднішою виявилися співпраця з такими поштовими службами як Нова пошта та Автолюкс. Наші висновки співпадають з Державною службою статистики. (http://ukrstat.gov.ua/metaopus/2019/3_03_00_01_2019.htm)

Висновок. Щойно розглянутий приклад показує доцільність та важливість використання теорії ігор у логістиці. Ця техніка допомагає обрати оптимальний вибір в умовах невизначеності. Наприклад, логіст може розрахувати за допомогою теорії ігор певні критерії, за якими потім зможе обрати найкращі компанії-партнери для співпраці. Моделі прийняття рішень в умовах конкуренції та методи цього класу базуються на теорії ігор, але поки порівняно мало використовуються в логістиці. В цілому перспективи застосування теорії ігор в логістиці знаходяться в області конкуренції ланцюгів поставок продукції.

Література:

1. А. Субботін. Ігор теорія // Політична енциклопедія. Редкол.: Ю. Левенець (голова), Ю. Шаповал (заст. голови) та ін. — К.: Парламентське видавництво, 2011.
2. Дослідження операцій. Ч. 3. Ухвалення рішень і теорія ігор / М. Я. Бартіш, І. М. Дудзяний. — Львів: Видавничий центр Львівського національного університету ім. І.Франка, 2009.
3. Шиян А.А. Теоретико-ігровий аналіз раціональної поведінки людини та прийняття рішень в управлінні соціально-економічними системами. — Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2009. — 414 с.
4. Шиян А.А. Математична модель для впливу суспільних інститутів на ефективність економіки України // Вісник Вінницького політехнічного інституту. — 2008. — №2. — С.19–23.

5. Монте К. Теория игр и стратегическое поведение / К. Монте [электронный ресурс]. Режим доступу: http://sites.google.com/a/economicus.org/economicus/kristian-monteteoria-igr-i-strategiceskoe-povedenie
6. Фелькер Р. Использование теории игр в практике управления [электронный ресурс] / Р. Фелькер // Проблемы теории и практики управления . Режим доступу: http://www.cfin.ru/management/game_theory.shtml

Лісовець І. С.
«Економічна аналітика», 1 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університетімені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.ф.-м.н., доцент кафедри вищої математики Горохова О. М.

НЕОДНОРІДНІ ДИФЕРЕНЦІАЛЬНІ РІВНЯННЯ В ДИНАМІЧНІЙ МОДЕЛІ РИНКУ ВАЛЬРАСІВСЬКОГО ТИПУ

Умови теперішньої економіки вимагають від суб'єктів економіки застосування нових підходів для підвищення ефективності їх діяльності. Саме математичний аналіз є ключем до сучасного розв'язання різних економічних завдань, що постають перед суб'єктами економіки. Для управління ринковою рівновагою, як однієї з умов рівноважного стану підприємства, необхідне втручання в його діяльність за допомогою спеціальних інструментальних засобів, тому актуальними для розробки та дослідження є динамічні моделі знаходження рівноваги між попитом та пропозицією. Одною з моделей, що може визначати основні параметри ринкової рівноваги на ринку досконалої конкуренції є модель Вальраса.

Метою дослідження є моделювання ринкової рівноваги та дослідження стійкості рівноважної ціни.

Модель загальної рівноваги Л. Вальраса виходить з досконалої конкуренції, що передбачає ідеальну мобільність всіх ресурсів, повну інформованість учасників, абсолютизує стан рівноваги, але в реальній дійсності набагато частіше зустрічаються диспропорції та дисбаланси [1]. Вальрас не вважав свою систему рівнянь такою, що цілком відповідає дійсності, а розглядав її як ефективний допоміжний засіб математичного аналізу, висновки якого слід обережно переносити на реальні проблеми.

Загальновизнаний на сьогодні метод Л. Вальраса розглядає криві попиту та пропозиції як кінцеві точки горизонтальних прямих, які відповідають обсягам попиту чи пропозиції при даній ціні. Метод Л. Вальраса засновується на зміні динаміки ціни в напрямку досягнення стану рівноваги [2]. На рис.1 видно, що рівноважна ціна за моделлю Л. Вальраса базується на зміні динаміки ціни, тобто вона залежить від різниці в обсягах попиту та пропозиції.

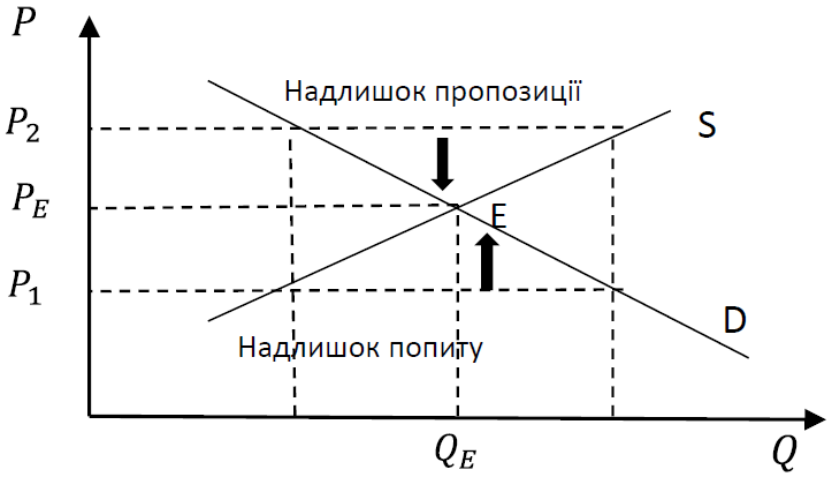


Рис. 1. Механізм формування рівноважної ціни за Л. Вальрасом

Теорія Вальраса: кожній ринковій ціні відповідає свій спосіб раціонального розподілу товарів, виходячи із максимуму суб'єктивної корисності, свій попит і пропозиція. Максимумів корисності для суб´єкта може бути багато. Максимуми корисності встановлюються попитом

з боку кожного індивіда і пропозицією товарів з боку другого індивіда. Інакше кажучи, ціна зумовлює попит, попит визначає пропозицію [3].

Основна ідея Вальраса полягає у тому, щоб за певної системи цін індивідуальні плани (наміри) учасників стали спільними, тобто така система цін забезпечує розподіл ресурсів і продукції на основі розв'язання конфлікту між учасниками. Таку рівноважну ситуацію називають конкурентною рівновагою.

Модель Вальраса можна розглядати як формалізацію річного циклу виробництва і розподілу товарів у результаті взаємодії суб'єктів економіки (споживачів і виробників), кожний із яких має свої цілі [4].

Розглянемо процес, в ході якого пропозиція і попит врівноважуються. Передбачається, що при будь-якій ціні, якщо попит перевищує пропозицію, то ціна буде рости, якщо пропозиція перевищує попит, то ціна буде падати. Позначимо ціну через р, величини попиту і пропозиції, відповідно, через D (p, α), S (p), α-параметр, відповідний зовнішнім чинникам. Тоді зміну ціни при зміні часу t можна описати таким співвідношенням [5]:

$$\frac{dp}{dt} = D(p, \alpha) - S(p)$$

Якщо існує рівноважна ціна, що не змінюється з часом, її слід визначати з умови

$$D(p, \alpha) - S(p) = 0$$

Нехай $p0$ є розв'язком даного рівняння. Розкладемо праву частину D (p, α) –S (p) в околиці значення $p = p0$, тоді зміна ціни р при малому відхиленні від рівноважної ціни $p = p0$ буде визначатися рівнянням:

$$\frac{dp}{dt} = (D_p - S_p)(p - p_0)$$

Розв'язок останнього диференціального рівняння:

$$p(t) = p_0 + [p(0) - p_0]\exp[(D_p - S_p)t]$$

Розглянемо поняття динамічної стабільності. Залежно від значень (D_p — S_p) розв'язком можуть бути 2 випадки:

1. Якщо (D_p — S_p)<0. Тоді, якщо початкова ціна p(0) відрізнялася від рівноважної $p0$, то при t → ∞ має місце межа p (t) → $p0$, тобто в процесі обігу товару на ринку його ціна буде наближатися до рівноважної. В цьому випадку можна сказати, що то рівноважна ціна стійка (рис. 2).

2. Якщо (D_p — S_p)>0, то ціна p (t) буде відхилятися від рівноважної в ту або іншу сторону. В цьому випадку рівноважна ціна нестійка (рис.2).

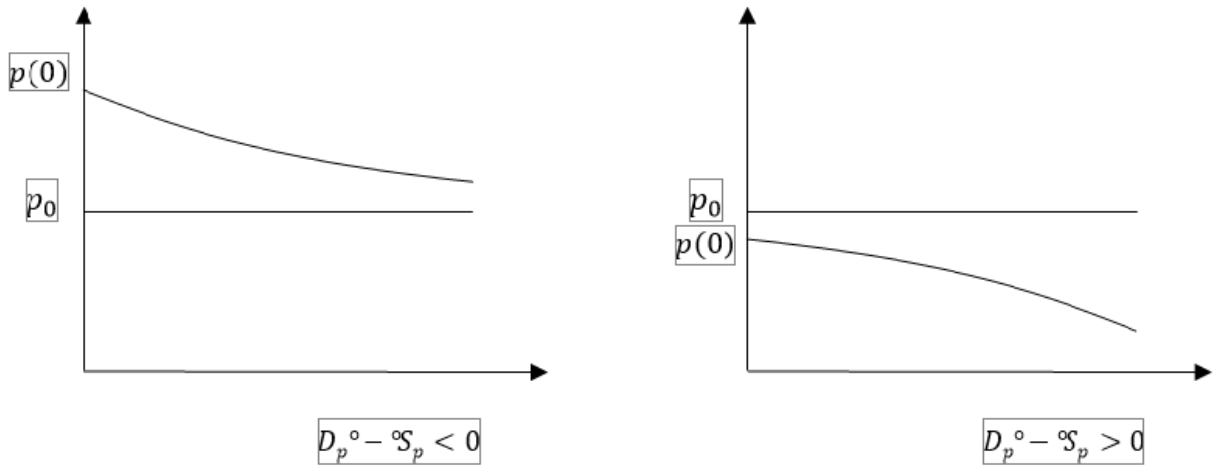


Рис. 2

На підставі розв’язку диференціального рівняння можна зробити висновок, що стійкість моделі залежить від знаку показника степеня експоненти. В стандартному випадку, коли попит спадає зі зростанням ціни, а пропозиція зростає, модель з урахуванням зміни ціни буде асимптотично стійка і ціна p(t) буде монотонно наближатися до рівноважного значення.

Подана концепція моделювання рівноваги попиту та пропозиції методами динаміки, дозволить проводити комплексний аналіз ринкової ситуації та прогнозувати попит на продукцію підприємства. Розраховане за пропонованою моделлю значення рівноважної ціни доцільно використовувати при встановленні цін на продукцію підприємства. Подальші дослідження полягають у включенні в модель знаходження рівноваги нелінійних функцій попиту та пропозиції та нецінових факторів, які на них впливають.

Література:

1. Основні підходи до обґрунтування ринкової рівноваги [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://ua-referat.com
2. Яким чином встановлюється ринкова рівновага за А. Маршаллом і Л. Вальрасом? [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://studopedia.org/9-163572.html
3. Злупко С.М. Історія економічної теорії Навчальний посібник — К.: Знання, 2005. — 719 с.
4. Вітлінський В. В. Моделювання економіки: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2003. — 408 с.

А.В. Шаповалов Дифференциальные уравнения в экономических моделях. — НИ ТПУ Томск, 2016. — 8 с.

ПЛАТФОРМА 3
ГЛОБАЛЬНІ ВИКЛИКИ ТА РОЗВИТОК МАРКЕТИНГУ

Кирилов І. Ю.
«Міжнародна економіка та менеджмент», 2 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
Університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник— к.е.н., професор, заступник завідувача
кафедри маркетингу Пилипчук В. П.

МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ АВІАКОМПАНІЙ У ПОСТКРИЗОВИЙ ПЕРІОД

Метою цього дослідження є визначення та аналіз трендів сучасного стану авіаційних перевезень пасажирів.

Актуальність полягає у складному процесі, який формується в сучасному світі авіаперевезень, а саме виходу з нього авіакомпаній та інших представників ринку.

Враховуючи ситуацію на ринку авіа перевезень, а саме те, що за оцінками ІАТА авіакомпанії недоотримають в поточному розі близько 314$ доларів, вони підуть шляхом оптимізації витрат. В першу чергу, це буде пов'язано з виведенням з флоту старіших літаків. Від цього виграють пасажири, для котрих перельоти будуть комфортнішими та екологія, адже сучасні літаки викидають менше шкідливих літаків. Оновлення та екологізація точно стануть трендами маркетингових кампаній.

Відповідно, оновлення буде у всьому, виграють ті, хто ще до кризи почали реформування бізнес-моделей до більш гнучких та клієнтоорієнтованих.

Саме слово клієнтоорієнтованість стане ключовим у процесі відновлення польотів. Тільки якщо компанія повела себе доброзичливо у період кризи, в неї буде шанс повернути людей на свої літаки.

Гнучкі тарифи та їх оптимізація. Криза показала — лоу-костери були більш готові до неї, навіть зараз вони декларують високі рівні рентабельності та доходу за поточний рік. Виграють ті, в кого базова ціна квитка буде нижчою.

Додаткові послуги. Саме їх продаж авіакомпаніями має забезпечити баланс в бюджеті при зниженні базової вартості квитка. Авіакомпанія не обов'язково має бути, в класичному розумінні лоу-костером, щоб продавати квитки з базовим тарифом, наприклад, «без багажу». За мобільністю та гнучкістю майбутнє.

За прогнозами експертів тарифи на авіаквитки підвищаться, але ми можемо зробити висновок, що виграє той хто піднімить ціну найменше.

Висновки. Проаналізувавши профільні та інші джерела інформації, розглянувши ситуацію, що наразі складається на ринку авіаперевезень можем зробити один ключовий висновок, що в свою чергу, має стати меседжем для представників ринку. Він полягає у тому, що успіх сучасних авіаперевізників буде полягати у симбіозі клієнтоорієнтованості, стабільності та сучасності підходів до ведення бізнесу.

Королькова К. С.
«Маркетинг», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
Університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., професор, заступник
завідувача кафедри маркетингу Пилипчук В. П.

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ЯК ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Раніше тільки підприємства з великим бюджетом могли використовувати силу штучного інтелекту (ШІ) для маркетингу. Однак технологія зайшла так далеко і стала набагато доступнішою. Це означає, що сьогодні будь-яка компанія, яка працює в Інтернеті, тепер може використати алгоритми на своєму веб-сайті або послуги машинного навчання.

Штучний інтелект у маркетингу — це інструмент маркетингової діяльності, за допомогою якого можна досягти підвищення маркетингових комунікацій, персоналізувати рекламне звернення та дати рекомендацію споживача, основою для якої будуть інтереси, перегляне користувачем товари тощо.

У наш час ШІ широко застосовується в усіх сферах маркетингу в Інтернеті, особливо в маркетингових дослідженнях. Цей інструмент дозволяє проаналізувати поведінку споживача та прослідкувати його інтереси для того, щоб у майбутньому створювати більш відвідні до потреб позиції. Для ознайомлення інтересів та поведінки своїх клієнтів на сайті можна використовувати ресурс Google — Google Analytics. Він допомагає в аналізі за географічними, віковими, гендерними ознаками, прослідкувати шлях кожного споживача та об'єднувати їх в групи аналогічних. Ідентифікація кожної людини йде через авторизацію в системі Google, IP-адресу тощо. Користувач може не вказувати свій вік та стать, але, за допомогою історії пошуків, інтересів, штучний інтелект може дати гіпотезу, ким він є.

Також, штучний інтелект займає велику роль в інструментах маркетингових комунікацій як соціальні мережі. І в Instagram, і в Facebook і в будь-якій іншій соціальній мережі є свої алгоритми, які дозволяють споживачу дивитись публікації, які схожі за тематикою, зображенням або з тим, що недавно користувач шукав у глобальному пошуку Google.

Елементом ШІ в маркетингових комунікацій є чат-боти. Вони використовуються для швидкого зв'язку споживача з виробником через месенджери (Messenger, WhatsApp, Telegram). Вони дають відповідь на найчастіші запитання або аналізують запит, знаходять ключові слова та порівнюють із базою питань-відповіді. Якщо чат-бот не знаходить потрібне, то він передає споживача фахівцю з контакт-центру.

Штучний інтелект застосовується в пошуковій автоматизації сайту. Він розшифровує людські інтереси, аналізує наповнення сайту та видає в перших рядках ті ресурси, що мають найбільшу подібність до потреби користувача та мають більшу цінність (вагу) серед інших подібних варіантів.

З урахуванням розвитку штучного інтелекту можна сказати, що в майбутньому він займе велику кількість робочих місць. Він володіє більш великими аналітичними здібностями, ніж людина, та аналіз займає менше часу. Тому використання роботів раціональніше і практичніше. У перспективі ШІ зможе моніторити, аналізувати стан систем та при появі помилок або збоїв — він миттєво їх виправить.

Застосування ШІ в якості маркетингового інструменту дає підприємству ряд переваг:

По-перше — це аналіз і практичне застосування інформації в реальному часі.

Сучасні системи на основі ШІ здатні не тільки накопичувати величезні обсяги інформації про відвідувачів, а й систематизувати її, а потім застосовувати на практиці. Вони можуть розпізнавати безліч різноманітних сценаріїв і миттєво приймати рішення на основі отриманих даних.

По-друге, поглиблене знання потреб своєї аудиторії.

ШІ-технології дозволяють краще пізнати потреби і інтереси цільової аудиторії, оцінити реакцію споживачів на кожну рекламну кампанію і згодом використовувати ці знання при розробці маркетингових заходів.

По-третє, оптимізація витрат на рекламу.

Застосування ШІ-технологій дає можливість оптимізувати бюджет завдяки більш чіткому розумінню потреб аудиторії і скорочення витрат на нерелевантну, а значить, неефективну рекламу. Таким чином, кошти на маркетинг будуть витрачатися більш ефективно і раціонально.

Отже, вже зараз можна вважати, що штучний інтелект займає місце в маркетинговій діяльності підприємства, але успішне поєднання класичних та новітніх інструментів маркетингу дає змогу ефективно функціонувати підприємству на ринку: залучати нових клієнтів, створювати позитивний імідж свого бренда і, як наслідок, збільшувати обсяги продажів і прибуток.

Література:

1. Кузьомко В.М., Репнікова І.П. Використання штучного інтелекту у цифровому маркетингу. Інфраструктура ринку. 2017. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2017/13_2017_ukr/21.pdf (дата звернення: 10.05.2020)

2. Сайт компанії Smart Insights. Artificial Intelligence (AI) for marketing. URL: https://www.smartinsights.com/tag/artificial-intelligence-ai-for-marketing (дата звернення: 10.05.2020)

3. Ipsit Roy. How Artificial Intelligence Will Transform Marketing in 2020. URL: https://www.martechadvisor.com/articles/machine-learning-ai/how-artificial-intelligence-will-transform-marketing-in-2020 (дата звернення: 10.05.2020)

4. Miller, G. Bots, chatbots and artificial intelligence, what the evolution is all (aBot) about. URL: https://chatbotnewsdaily.com/bots-chatbots-and-artificial-intelligence-what-the-evolution-is-all-abot-about-a7e148dd067d (дата звернення: 10.05.2020)

5. Antonio, V. How AI is changing sales. *Harvard Business Review*. February. 2018. URL: https://hbr.org/2018/07/how-ai-is-changing-sales (дата звернення: 10.05.2020)

Грінченко О. А.
«Маркетинг», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н, доцент кафедри маркетингу Голіцин А. М.

МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА МХП

На сьогоднішній день недостатньо лише створити продукт, визначити його ціну і визначити необхідні канали розподілу, Потрібно ще цей продукт правильно донести до споживча та надати споживачеві ту інформацію, яку йому потрібно знати, тому потрібно використовувати один із комплексу 4Р- просування.

Питання класифікацій маркетингових комунікацій є предметом наукових досліджень таких закордонних американських та західноєвропейських авторів, (Ф. Котлер Д. Блайд, Ян В. Виктор ,Т. Кеглер, П. Доулинг, Б. Тейлор, Ж. Ландреві, Ж. Леви, Д. Линдон) досліджували це питання та запропонували своє бачення проблеми. У розробках вітчизняних вчених (Є. Ромат, Т. Примак, І.Л. Литовченко, В.П. Пилипчук, М.А. Окландер, И.Л. Литовченко) відзначаються насамперед інтегрований та комплексний характер маркетингових комунікацій, їх взаємопроникнення під час використання. Досліджується вплив на маркетинговий процес та його ефективність таких факторів, як особливості поведінки цільової аудиторії, ЖЦТ, специфіка кожного маркетингового інструменту [1].

Маркетингова комунікаційна політика — це сукупність сигналів, які виходять від фірми на адресу різних аудиторій, в тому числі клієнтів, збутовиків, органів управління власного персоналу [2].

Отже, можна дати визначення, що маркетингова комунікаційна політика — це конкретна діяльність підприємства, яка спрямована на просування товару, використовуючи різні інструменти просування з метою одержання прибутку та задоволення потреб споживача. Формуючи мету, потрібно враховувати всі елементи, які впливають на визначення мети маркетингових комунікацій. Отже, головною метою комунікаційної політики є стимулювання попиту на ринку і отримання прибутку підприємству.

Тому, на прикладі одного із найпотужніших і найбільших агрохолдингів України, ПрАТ «МХП», можна розглянути комунікаційну політику підприємства. «Миронівський хлібопродукт» позиціонує себе виробником м’яса птиці на вітчизняному та європейському ринках, використовуючи, при цьому, стратегію цінового лідера. Саме завдяки тому, що підприємство активно використовує комунікаційну політику, воно й і є лідером на ринку.

Комунікаційна політика підприємства «МХП» спрямована на визначення правила обміну роботи з певною інформацією всередині компанії і з зовнішніми групами, які зацікавлені в створення прозорих зв’язків на всіх рівня за допомогою найефективніших методів і прийомів з метою поширення інформацію про компанію.

Найперший елемент базової комунікаційної політики — це реклама, яку підприємство досить широко використовує в своїй комунікаційній політиці.

Підприємство активно використовує рекламу в журналах, щоб бути ближчим до свого споживача, адже читаючи кулінарні чи жіночі журнали, жінка бачить ідеальну рекламу, яка нагадує її життя.

Буклети, листівки спрямовані на залучення нової аудиторії, це як споживачі, так нові інвестори чи майбутні роботодавці .

Активно розвинена зовнішня реклама, а саме — білборди, зазвичай на них зображені фрагменти реклами, яка транслюється на телебаченні, відеоролики або сама продукція торгових марок, які належать підприємству.

Використовують рекламу на місці продажу в супермаркетах. В торгових магазинах зазвичай це — POS-матеріали , які розташовані на вітринах в магазину.

Стимулювання збуту відбувається традиційним способом: працівники, посередники та споживачі.

Працівники стимулюються завдяки додатково виплаченій заробітній платі та путівкам закордон. Посередники — знижками та роздаванням сувенірів з логотипом бренду. Споживачі — ціновими(Знижки з ціни, об’єднаний продаж, додаткова кількість товару безкоштовно) та неціновим способами (роздавання безкоштовних зразків товару, надання подарунків, конкурси) також клієнти мають карти лояльності.

Наступний елемент — PR, який включає досить багато інструментів, створюючи наступні комунікації: прес-релізи, співпраці з телеканалами, сторінки в соціальних мережах, канал в

месенджерах, корпоративний сайт, виставки та ярмарки, тренінги серед працівників, спонсорство, благодійність , соціальні проекти, нагороди в середині компанії, презентації нових продуктів.

Останній інструмент — прямий маркетинг, який напряму дає споживачеві будь-яку інформацію про знижки, акції новини. Користувачу, який зареєстрував свою карту лояльності на телефон або e-mail пошту приходять повідомлення з новинами та пропозиціями.

Підсумовуючи комунікаційну політику підприємства, можна сказати, що в основному бюджет МКП зорієнтований на рекламу, цей не дивно, адже підприємство прагне охопити велику кількість споживачів і бути лідером на ринку , трохи менше PR комунікацій та стимулювання збуту і найменше — на прямий маркетинг.

Підприємство прагне дотримувати принципів взаємодії зі стейкхолдерами: надає зрозумілу інформацію, інформує про по подальші плани, які відбуватимуться в компанії, правильне формування точку зору людей різного віку. Можна сказати, що підприємство досить добре справляється зі взаємодією зі стейкхолдерами.

Література:

1. Литовченко І. Л. Удосконалення класифікації засобів маркетингової комунікативної діяльності. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2008. URL: http://vlp.com.ua/files/special/14.pdf (дата звернення: 10.05.2020)

2. Ламбен Ж.Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива. СПб.: Союз, 1996. 870 с.

Гладчук В. В.
«Маркетинг», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н, доцент кафедри маркетингу Голіцин А. М.

ДОСВІД МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ГК «ЕПІЦЕНТР»

Маркетингова діяльність це вагомий чинник в забезпеченні конкурентоспроможності торгово-посередницького підприємства в умовах ринкових відносин. Співвідношення запитів ринку та можливостей підприємства повинно бути покладено в основу розробки нових напрямків, цілей і стратегій підприємницької діяльності, а також маркетингових програм і стратегічних планів для підприємств. Маркетингова діяльність повинна сприяти розвитку підприємства в обраному напрямку, тому її цілі є прямим відображенням загальної місії підприємства.

Питаннями регулювання маркетингової діяльності підприємства займалися багато науковців, питання визначення ролі маркетингу та маркетингового потенціалу на підприємстві досліджували такі зарубіжні науковці: П. Дойль, Ф. Штерн, Г. Ассєль Г. Армстронг, К. Хаксевер, Н. Д. Эріашвілі, К. Ховард. А також вчені з України та Росії: М.В. Бондаренко, Т. Коваль, Л. Мороз, Є. П. Голубков, Л. В. Балабанова, Р. Г. Бурчаков, О. М. Азарян, Г. Л. Багієв, Н. В. Гайванович, В. В. Холод.

Ж.-Ж. Ламбен виділяє три ключові аспекти маркетингу: активний (збутова діяльність), аналітичний та ідеологічний (спосіб мислення) [1]. Згідно із цим трактуванням він також притримується об’єднавчої позиції маркетингової та збутової діяльності. В.В. Кеворков, С.В. Леонтьєв виділяють такі підходи до маркетингової діяльності [2]:

— орієнтація на виробництво;
— орієнтація на збут;
— орієнтація на споживача;
— орієнтація на суспільство.

Маркетингова діяльність — діяльність підприємства, фірми на ринку, що передбачає:

- ретельне врахування потреб у товарах і послугах;
- врахування стану і динаміки попиту;
- ситуації, що склалася на ринку, і її розвитку;
- можливе пристосування виробництва до потреб ринку, до існуючих і потенційних запитів покупців;

- активний вплив на формування попиту, ринку товарів і послуг;
- контроль за умовами реалізації товарів і послуг;
- гнучке реагування на зміни попиту.

На прикладі ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» можна розглянути маркетингову діяльність підприємства. «ЕПІЦЕНТР К» — це українська мережа, яка має дуже великий асортимент продукції від товарів щоденного споживання, тобто їжі та інших, до будівельних товарів, сюди входить як обладнання так і будівельні матеріали. Це найбільша українська мережа торгових центрів, яка розробила величезну кількість заходів для стимулювання продажу своєї продукції. Ці заходи складаються із самих різних знижок, як сезонних так і звичайних, а також подарункових сертифікатів у відділі «ДЕКО».

В даний час підприємство використовує багато дієвих засобів реклами — реклама в ЗМІ, на транспорті, на щитах. Одним із важливих елементів маркетингових комунікацій фірми «Епіцентр К» є так звані POS-матеріали. До них належать плакати різних форматів, наклейки, стенди, прапори, гірлянди. Більшість POS-матеріалів підприємству надають дистриб'ютори будматеріалів.

Зараз «ЕПІЦЕНТР К» намагається вести активну маркетингову діяльність, із прикладів можна навести, розіграші велосипедів та ноутбуків, спонсорство спортивних заходів, таким чином підприємство стимулює збут товару та рекламує уже частину своєї мережі в якій є спортивні товари, а саме, я маю на увазі «ІНТЕРСПОРТ».

Щоб посилити зв'язок оффлайн-продажами та онлайн-сферою, в "Епіцентр К" вирішили використовувати QR-коди. На підприємстві їх розмістили в бренд-зонах, а також на коробках з товаром.

Підсумовуючи всю маркетингову діяльність підприємства, можна сказати, що Епіцентр приділяє достатньо уваги маркетингу на підприємстві. Але не використовує усі свої можливості.

Література:

1. Ламбен Ж.Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива. СПб.: Союз, 1996. 870 с.
2. Кеворков В.В. Политика и практика маркетинга на предприятии : учебно-методическое Москва: Бизнес-Тезаурус, 1999. 192 с.

Собченко А. В.
«Маркетинг», 5 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
Університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник –к.е.н., професор, заступник
завідувача кафедри маркетингу Пилипчук В. П.

БРЕНЕД-МЕНЕДЖЕР ЯК НОВАТОРСТВО В МАРКЕТИНГОВІЙ ІНФОРМАЦІЙНІЙ СТРУКТУРІ

Вступ. Маркетингова інформаційна система — це єдиний комплекс, що включає в себе маркетинговий персонал, маркетинг-менеджмент, розробку і застосування методів маркетингу, використання маркетингових інструментів для вирішення завдань маркетингу і завдань загального планування компанії. Маркетингова інформаційна система передбачає постійну наявність ресурсів і постійно функціонуючий менеджмент для збору, накопичення та обробки даних з метою їх використання для прийняття ефективних маркетингових рішень в діяльності підприємства.

Мета і завдання. Метою даного дослідження є визначення особливостей маркетингової інформаційної системи з використанням посади бренд-менеджер, як інструменту для організації процесу розроблення, прийняття та реалізації маркетингових інноваційних рішень в системі управління сучасним підприємством. Відтак, на досягнення встановленої вище мети направлено вирішення таких завдань: 1) дослідити сутність поняття «маркетингова інформаційна система» та встановити її значення для підприємства в сучасних умовах господарювання; 2) визначити мету та задачі функціонування бренд-менеджера в процесі розроблення, прийняття та реалізації маркетингових інноваційних рішень.

Дослідженням проблем МІС присвячено роботи таких зарубіжних та вітчизняних науковців, як Матвійчук-Соскіна Н.О., Балацький О.Ф., Самлі А., Тальвінен Й., Котлер Ф., Лі Е., Кокс Д., Гуд Р., Граф Ф., Проктор Р., Монтгомері Д., Урбен Г., Сісодіа Р.

Методи дослідження. У процесі написання статті було використано такі методи: обробка та аналіз наукових публікацій за обраною проблематикою; систематизація та узагальнення інформації.

Результати дослідження. Мета створення маркетингової інформаційної системи — використовуючи зовнішні і внутрішні джерела інформації, виявляє взаємозв'язок компанії з ринком і забезпечуючи своєчасну та достовірну інформацію, служить розвитку компанії.

Сутність маркетингової інформаційної системи. МІС необхідна для збору, обробки, аналізу і розподілу у встановлений час достовірної інформації, необхідної для підготовки та прийняття маркетингових рішень. Маркетингова інформаційна система перетворює інформацію, отриману з ринку і від внутрішніх джерел в компанії, до відомостей, необхідні керівникам структурних підрозділів компанії і фахівцям маркетингових служб.

Маркетингова інформаційна система призначена для:

– оцінки на основі статистичного аналізу і моделювання рівня виконання планів і реалізації стратегій маркетингу;
– розміщення та оцінки стратегій і заходів маркетингової діяльності.
– виявлення сприятливих можливостей;
– раннього виявлення виникаючих труднощів і проблем [4].

В свою чергу, термін «бренд-менеджер» з'явився в США в 1931 році. Його запропонував співробітник рекламного відділу компанії Procter & Gamble Нейл МакЕлрой.

Пам'ятка МакЕлроя фактично пропонує «бренд-чоловіків». Але опис запропонованих обов'язків для цієї нової ролі, що випливає, стосується бренд-менеджера. МакЕлрой припустив, що нова роль включає повну відповідальність за рішення щодо упаковки та реклами. Не менш важливо, що "бренд-чоловіки" також повинні зустрічатися з регіональними командами з продажу та працювати з ними, щоб забезпечити правильний маркетинговий план бренду на місцях. Бренд-менеджери також повинні аналізувати продажі та розробляти маркетингові плани, а потім стежити за їх прогресом, використовуючи відповідні методи дослідження. І вони не повинні робити все це поодинці — але за підтримки команди дослідників ринку та помічників, також пов'язаних з конкретною маркою.

Найбільш радикальною ідеєю з усіх — кожній команді бренду мати незалежність, щоб відкрито конкурувати з іншими брендами P&G цієї ж категорії.

МакЕлрой, на початку своєї кар'єри, був свідком того, як більші бренди в P&G часто забирають усі ресурси і зосереджуються на менших, нових запусках, і він був стурбований тим, що в підсумку P&G стане вразливим перед конкурентами. В результаті, бренди P&G навчилися би конкурувати так само між собою, як і зовнішніми загрозами — таким чином захищаючи довгострокове здоров'я компанії в цілому.

Тобто, метою бренд-менеджменту є створення і підтримання довгострокових взаємовідносин зі споживачем товару.

Завдання бренд-менеджменту:

– створення бренду;
– підвищення впізнаваності бренду;
– збільшення вартості бренду.

З власного досвіду роботи та підтвердження думки в літературі під час дослідження, можу зазначити, що бренд-менеджмент складається з наступних основних елементів: розробка ідеї бренду, формування стратегії просування; дослідження ринку; інформація про стан бренду на ринку, тобто його впізнаваність, відгуки споживачів; виробництво товарів під одним брендом; планування та управління продажами; проведення різних рекламних компаній; робота в команді всіх фахівців, відповідальних за розробку і виведення бренду на ринок.

Головна особливість ринку брендів полягає в тому, що при сприйнятті, оцінці і виборі товару споживачами визначають не є функціональні властивості товару, пов'язані з його призначенням і якістю. Вирішальну роль для споживачів грають символічні риси, які асоціюються з товаром. Вони безпосередньо не пов'язані з призначенням і якістю товару, а мають пряме відношення до особистісних, соціальних і культурних особливостей споживача.

Нова організаційна система бренд-менеджменту, орієнтована на розвиток бренду, трансформує базову структуру в більш гнучку, засновану на міжфункціональних підходів до управління марочними активами. Така система внутрішньофірмового управління вимагає, щоб відповідальний за розвиток бренду фахівець підпорядковувався безпосередньо вищому кері-

вникові компанії і управління брендовим портфелем здійснювалося б на корпоративному рівні, інтегруючи з цією метою всі інші функціональні підрозділи фірми [2].

У сучасних умовах розвитку конкуренції бренд-менеджмент перестає бути прерогативою маркетингового відділу. Ефективний брендинг забезпечується в результаті спільних зусиль колективу, спрямованих на розвиток брендів корпоративного портфеля.

Тенденція до консолідації участі в управлінні брендами і організаційні перетворення компаній привели до появи нових систем управління, заснованих на роботі міжфункціональних команд, так фірми вводять нові посади у вищому управлінському ланці, наприклад посаду керуючого (директора) марочними активами, завдання якого полягає в розподілі бачення і місії бренду на корпоративному рівні. Такі керівники здатні поставити бренду стратегічний напрям і можуть стимулювати працівників фірми на необхідні структурні перетворення та інновації.

Основна функція керуючого марочними активами полягає в формуванні команди, члени якої володіють необхідними навичками брендингу та здатні стати рушійною силою в розвитку бренду [2].

Так, в компанії Ford Motor координацією всіх роботі брендами на корпоративному рівні займається група стратегічного управління портфелем брендів (Portfolio brand strategy group). До її складу входять бренд-менеджери окремих марок автомобілів, що випускаються компанією, представники відділів маркетингового планування і розвитку брендів (Marketing plans & brand development), а також члени виконавчого комітету з маркетингу, продажів і обслуговування (Marketing, sales & service executive committee) і комітету з управління брендами (Brand management steering committee) [7].

Висновки і пропозиції. Досвід створення брендів провідними компаніями світу свідчить, що покладання відповідальності за результати всього комплексу робіт, включаючи маркетингові дослідження, розробку і управління брендом, на одну команду сприяє ефективній організації процесу. Більш того, залучення до роботи в такій команді представників вищого керівництва забезпечує швидке проходження рішень на відповідних рівнях.

Впровадження бренд-менеджменту на підприємстві дозволяє збільшити об’єм продажів і рентабельність по кожній марці. оптимізувати асортимент і витрати, ранжувати управлінські завдання і збільшить конкурентоспроможність компанії.

Література:

1. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент : підручник. Київ: КНЕУ, 2009. 328 с.
2. Пономарьова О.А. Бренд менеджмент: підручник. Москва: Юрайт, 2019. 341 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер. М: Альпина Паблишер, 2015. 211 с.
4. Записки маркетолога. Маркетингова інформаційна система. URL: http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_m/marketingovaya_informatsionnaya_sistema (дата звернення 10.05.2020).
5. Еллвуд, Я. 100 прийомів ефективного брендинга. СПб: Питер, 2002. 367 с.
6. Скотт М.Дэвис. Управление активами торговой марки. СПб: Питер, 2001. 271 с.
7. General Motors company organization chart. URL: https://theorg.com/org/general-motors (дата звернення 10.05.2020).

Рудик К. А.
«Маркетинг», 5 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
Університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник –к.е.н., професор, заступник
завідувача кафедри маркетингу Пилипчук В. П.

ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ПОЗИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Вступ**.** Сьогодні Інтернет є найбільш повним та оперативним джерелом інформації про навколишній світ, а також найважливішим засобом спілкування і комунікації. Широка Інтернет-аудиторія сучасної України будує особисту й групову (фахову, корпоративну, сімейну і

т.д.) життєдіяльність на основі новітніх інформаційних технологій з активним використанням доступних Інтернет-ресурсів. Така популярність Інтернет-ресурсів серед населення вимагає їх розгляду в якості досить ефективного засобу поширення інформації про діяльність компаній, підприємств та організацій. Тому розгляд ролі, можливостей та особливостей застосування сучасних інтернет-технологій в управлінні комунікативною діяльністю компаній є актуальною темою на сьогоднішній день. Мета даної роботи полягає в дослідженні можливостей та особливостей застосування сучасних інтернет-комунікацій, а також їх вплив на позиції підприємства.

Досить багато науковців займаються зазначеним вище питанням. Зокрема, описаному, присвятили дослідження вчені — економісти Лук'янець Т.І., Титоренко Г.А, Макарова Г.Л, Швальбе Х., Дж. Пасмантьє. Ф.Котлер у своєму виданні «Основ маркетингу» присвятив декілька розділів саме Інтернет — технологіям, особливо соціальним мережам. Однак, відсутність певної конкретики у науковій літературі стосовно Інтернет-комунікацій та їх впливу на конкурентні позиції підприємства ще раз підтверджує актуальність обраної теми.

Методи дослідження. У процесі написання статті було використано такі методи: обробка та аналіз наукових публікацій за обраною проблематикою; систематизація та узагальнення інформації. Використано також метод порівняння для визначення найбільш ефективних інструментів впровадження Інтернет-комунікацій.

Результати дослідження. Поява мережі Інтернет і її подальший розвиток принципово змінили уявлення про засоби реклами та комунікації. Сучасний світовий маркетинг також характеризується змінами на рівні стратегії компанії, особливо це стосується комунікації. Конкуренція змушує не тільки застосовувати нові технології виробництва товарів чи послуг, а й створювати нові засоби для їхнього просування на ринку. Під Інтернет-комунікаціями розуміють сукупність способів, засобів та механізмів поширення інформації серед аудиторії Інтернет за допомогою — сайтів, порталів, пошукових систем, груп-новин, e-mail [3]. Деякі вчені розглядають комплекс Інтернет-комунікацій як окрему форму, властиву лише віртуальному середовищу [2]. Так, у якості комунікації використовуються: банерна реклама, у тому числі в банерообмінних мережах; платне розміщення рекламних матеріалів підприємства серед інформаційних матеріалів різних контент-ресурсів; рекламні блоки; форми входу на сайт з інших сайтів, логотипи і текстові написи на масово відвідуваних ресурсах; flash-ролики, анімована блокова реклама; реклама в останніх рядках електронних листів, реклама в повідомленнях служб поштових розсилок; інтернет-радіо; сайти підприємств тощо. Між засобами інтернет-комунікацій є ті, що розвиваються найбільш динамічно. Так, найбільш значною подією після появи Інтернету, стало соціальних мереж. Зі звичайних сайтів знайомств і співтовариств за інтересами вони перетворилися в найпотужніший канал і засіб комунікації. Різні форми віртуальних співтовариств реалізуються також у Web 2.0, який дозволяє користувачам активно приймати участь в побудові контенту сайта, використовувати теги замість рубрикаторів, вести блоги й т.д. Результати глобального дослідження Universal McCann, виконаного в 20 країнах, показали, що соціальними мережами та Web 2.0 так чи інше охоплено більше 50 % аудиторії мережі [1].

Просування компанії в соціальних мережах — це можливість розвитку інноваційних форм комунікацій між компанією, клієнтами, підрядниками та потенційними споживачами. Впровадження соціальних мереж у комунікації компаній принципово змінило моделі їхньої взаємодії зі споживачами. Компанії на системній основі почали враховувати кілька психологічних моментів для інтенсифікації спілкування зі споживацьким загалом: всі споживачі бажають мати право голосу у спілкуванні з представниками компанії; споживачі бажають формувати зміст виробничо-споживчого діалогу та виступати його активною стороною, мати можливість бути вислуханим та ділитися корисною інформацією; споживачі бажають підтримувати зв'язок з іншими користувачами, мати справи з етичними компаніями, які працюють прозоро, залишатися їхнім партнером у перспективі.

Комунікації в цій формі є різноспрямованими та мають синергетичний характер, оскільки за створення, розповсюдження та використання інформації відповідають самі користувачі [1]. До того ж все відбувається в режимі реального часу. Тому, спостерігаючи за комунікацією в соціальних мережах, підприємство може дізнатися про недоліки своєї продукції та побажаннях. Такі відомості допомагають компаніям миттєво коригувати процес просування товару й так само швидко удосконалити продукцію відповідно до побажань споживача, пропозиція підприємства постійно оптимізується та націлена на потреби клієнтів.

Основою вибору компанією інструментів та методів побудови комунікацій є стратегічне планування. Для досягнення запланованих результатів необхідно чітко планувати напрями

розвитку компанії, детерміновані фактором Інтернет-комунікацій: розвиток системи розгалужених зв'язків зі споживачами, постачальниками, громадськістю; постійне оновлення системи обслуговування та підтримки клієнтів; цілеспрямовану популяризацію компанії, просування її бренду; збільшення продажів за рахунок розширення кола споживачів; розширення асортименту товарів та послуг на основі іміджевих технологій та інше. Особливу увагу слід приділяти формуванню оптимальної комбінації носіїв комунікацій, які, у свою чергу, формують цільову аудиторію, параметри інтернет-ресурсів, бюджет і т.д.

Можна виділити наступні переваги від застосування Інтернет-комунікацій [4,2]:

- по-перше, більш точне охоплення цільової аудиторії за рахунок розміщення інформації на тематичних Інтернет-сайтах, за рахунок вибору необхідного географічного сегменту Інтернет та за рахунок розміщення інформації у певний час;
- по-друге, можливість аналізу поводження відвідувачів на сайті та удосконалення сайту, продукту і маркетингу відповідно до результатів такого «відстеження» (trackting);
- по-третє, постійна доступність інформації цільовій аудиторії;
- по-четверте, висока гнучкість, оскільки існує можливість коригувати, чи взагалі змінити комунікативну програму;
- по-п'яте, інтерактивність, оскільки споживач може взаємодіяти як із продавцем, так і з продуктом, вивчити його, спробувати і, якщо підходить, купити. Крім того, комунікація в Інтернет дозволяє розміщувати велику кількість інформації, включаючи графіку, звук, відео;
- по-шосте, значною перевагою Інтернет є його нижча вартість, порівняно з іншими засобами масових комунікацій.

Висновки і пропозиції. Було досліджено та проведено аналіз особливостей впровадження Інтернет-комунікацій на підприємстві та їх основні переваги для посилення впливу конкурентних позицій підприємства на ринку. З розвитком технологій, споживач має можливість отримати доступ до величезних обсягів інформації, наприклад отримати інформацію про товар чи послугу, порівняти характеристику товару, дізнатися період доставки. У результаті підприємства мають справу з «розумними» покупцями які точно знають, чого хочуть. Застосування Інтернет-технологій із застосуванням сучасних інструментів та засобів Інтернет-комунікацій є вагомим фактором забезпечення конкурентних переваг підприємства.

На мою думку, в умовах інформатизації суспільства всі вітчизняні підприємства повинні активно впроваджувати маркетингові Інтернет-комунікації. Більш того нашим підприємствам необхідно брати приклад, з таким провідних та прогресивних в Інтернет-комунікаціях країнах, як Нідерланди, Чехія, та Франція. Це дозволить активізувати вплив на існуючих та потенціальних споживачів-користувачів мережі Інтернет, посилити конкурентні позиції на існуючих ринках, активізувати вихід на нові ринки, збільшити обсяг збуту та прибутковість. В цих умовах виникає потреба постійно проводити оцінку ефективності використання системи маркетингових Інтернет-комунікацій, як в цілому, так і кожного з її інструментів, що вимагає постійної наукової дискусії по окресленим питанням. Адже Інтернет-комунікації є невід'ємним складником маркетингової діяльності компанії, яка прагне зайняти лідируючі позиції на ринку.

Література:

1. Бойчук І.В. Інтернет в маркетингу: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 512 с.
2. Зуб Т.А. Просування послуг за допомогою засобів телекомунікації. Актуальні проблеми економіки та управління. 2013. Вип. 7. URL: http://probl-economy.kpi.ua/pdf/2013-10.pdf (дата звернення: 10.05.2020)
3. Пілюшенко. В.Л. Інформаційні технології у маркетингу і рекламі: навч. посіб. Донецьк : ДонДУУ, 2005. 204 с.
4. Юхименко Т.В. Використання інструментів Інтернету у просуванні інноваційного товару. Актуальні проблеми економіки та управління. 2013. Вип. 5. URL: http://probleconomy.kpi.ua/pdf/2011_10.pdf (дата звернення: 10.05.2020).
5. Ілляшенко С.М. Сучасні тенденції застосування Інтернет-технологій у маркетингу. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2011. № 4 URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/22722/1/mmi2011_4_2_64_7 4.pdf (дата звернення: 10.05.2020).
6. Самойленко Л.Б. Вплив Інтернет-технологій на маркетингову діяльність підприємства. URL: http://www.synergy.kiev.ua/article07.html (дата звернення: 20.01.2020).

Плетяк В. О.
«Маркетинг», 2 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — старший викладач кафедри іноземних мов факультету маркетингу Вавілова Г. В.

INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN THE TOURISM INDUSTRY
ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ

The tourism business is a business of the XXI century, because it is one of the fastest growing and most profitable among all sectors of the world economy. According to the world tourism organization, tourism accounts for 10 % of the world's gross product, 7% of total investment, and 5% of all tax revenue. At the present stage of development of tourism activities, it is important to create and effectively use a system of innovation. Despite the difficult economic situation of the majority of tourism enterprises, there is a tendency to increase their innovative activity, especially in the field of innovation.

Recently, significant steps have been taken towards the application of innovative management in the tourism industry. However, much remains to be done, as a number of experts continue to believe that little progress has been made in applying management theory in the tourism industry in General and in managing innovation in tourism in particular. Today, many scientific developments are devoted to the problems of innovative development in the tourism business. The scientific approach to the development of innovative activity is considered in the works of scientists: V. S. Novikov, N. M. Malakhova, D. S. Ushakova, V. M. Anshina, L. S. Alexandrova, I. T. Balabanova, A. A. Dagaeva, A.V. Fedorova, D. Aaker, V. Yu. Kolesova, N. G. Kuznetsova, S. G. Tyagliva, V. L. Gorbunova, T. A. Frolova. However, the scientific works of these scientists do not fully disclose the issues of creating and effectively using the innovation management system in tourism enterprises.

The purpose of the article is to summarize the practical experience and skills of using innovations in the tourism business.

The development of modern tourism largely depends on the development and implementation of innovations that will be aimed at improving customer service and expanding service opportunities. It is necessary to use some share of innovative management to ensure efficiency and profit from this service sector.

In a market economy, all tourism organizations are aware of the need to develop a new range of products and services that differ from the competitor's offers. It is the timely release of a new product to the market that can attract new customers and increase the company's revenue. Determining the future profit from a new tourism product is the task of innovation management. Innovation management is a mix of different functions (such as marketing, planning, organization, development, and control). The main tasks of management are to study the state of the sphere of economic activity and economic systems that implement innovation, to study the specifics of the innovation process [1, p. 13].

Successful tourism innovators prove by their experience that today the creation and implementation of a new one is a condition for survival in the fiercest competition between tourist firms. V. S. Novikov, who researches innovation in tourism, notes that the tourism business is based on the Foundation of accumulated knowledge and should start implementing new ideas and creating new tourism directions only after learning and studying the forms and methods of work both past and present. A deep understanding of the essence of innovation allows us to use new methods of organizing tourism, new technologies for servicing travelers and to stay ahead of competitors [2, p. 23].

T. A. Frolova asserts that the main directions of innovative activity of tourist organizations are: the use of new equipment and technologies in the provision of traditional services; the introduction of new services with new properties; the use of new tourist resources that were not previously used; changes in the organization of production and consumption of traditional tourist services; the identification and use of new markets for tourism services and goods [3, p.46].

Innovation in tourism is defined by:

the use of advanced information technologies in the provision of transport, hotel and other services;

adding new features to traditional services and introducing new services;

development of new tourist resources;

using modern forms of organizational and managerial activity in the sphere of production and consumption of traditional tourist services;

identification and use of new markets for tourism services and goods.

Innovative activities in the field of tourism services are developing in several directions. The first direction is the production of new types of tourist products. Other areas are: the use of new tourism resources, changes in the organization of production and consumption, the identification and use of new markets for products, as well as the use of new equipment and technology. I would like to draw your attention to the latter area, because it is the use of new technologies that has a great effect on the activities of enterprises in this sphere.

E-business opens up all development opportunities for any enterprise. This is a new form of market relations, which is based on the use of the latest telecommunications technologies and the Internet. This system is convenient for both the buyer and the seller. And most importantly, tourism has an important advantage over other sectors of e-Commerce — our consumer receives goods directly at the place of production, in the tourist center.

Today, the tourism industry has received a wide range of innovations-programs for electronic booking and making tours. The introduction of this program not only made it possible to reduce the cost of communication, but also made it possible for all participants of the tourist market to work as a single office. Working with such programs allows the Agency to receive prompt and reliable information about prices and the number of available seats at any time, as well as to be able to monitor the progress of the order at all stages of its implementation.

There are different booking systems, they differ from each other in the range of services offered and the technology of their work. For example, the most popular programs in the world are such as Galileo, Amadeus, Sabre, Worldspan, and many others.

Amadeus is the leading agreement processor for the global travel and airline industry. It covers almost 30% of the global market and is mainly used in Europe and Asia. Customer service is provided in 195 countries. The Amadeus resource base consists of 250,000 hotels worldwide [4, p. 4]. in 2011, more than 948,000,000 paid transactions were processed through the Amadeus solution. The company has a staff of 10,000 people worldwide, representing 123 nationalities [5]. Such innovative systems make it possible to reserve all the main components of the tourism infrastructure, that is, they actually form a common information system that offers distribution networks for the entire tourism industry.

A special feature of the development of innovative activities in tourism is the creation of a new or changing an existing product, improving transport, hotel and other services, developing new markets, introducing advanced information and telecommunications technologies and modern forms of organizational and managerial activities. The success of the enterprise in the field of tourism depends largely on innovation management. Practical application of innovations in the tourism sector will not only increase the level of competitiveness of the enterprise, but also assess the feasibility of introducing new types.

References:

1. Zaitseva N. A. Management in social service and tourism: [Textbook for University students] / N. A. Zaitseva. — M.: publishing center "Academy", 2003. — 281 p.

2. Novikov V. S. innovations in tourism / V. S. Novikov. — Moscow: IC "Academy", 2007. — 208 p.

3. Frolova T. A. Economics and management in the sphere of social and cultural services and tourism : [lecture notes] / T. A. Frolova. — Taganrog: Publishing house of TTI SFU, 2011. — 74 P.

4. Murovtsev a.hotels in Amadeus now more / a. Murovtsev // Ukrainian tourism. The application of "expanding horizons". — Kiev: mirror of the world Publishing house, LLC. — 2012. — №2 (33). — P. 9.

5. Melnik I. "Research of Amadeus: Asia-Mecca of world tourism 2012" / I. Melnik / Independent news Bureau. News From Ukraine. [Electronic resource]. — Access mode :http://nbnews.com.ua/blogs/46191/

Гончар А. В.
«Економіка та управління», 1 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — старший викладач кафедри
іноземних мов факультету маркетингу Червінська Л. М.

CURRENT CHALLENGES OF PROVIDING LIFE STANDARDS

СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ЗАБЕСПЕЧЕННЯ СТАНДАРТІВ ЖИТТЯ

Ensuring the progressive development of the country and forming a socially-oriented model of the national economy provide for the opportunities to improve the standard and quality of life of the population. Today, the effectiveness of social policy in Ukraine remains low and the levers to ensure its effective implementation are insufficiently applied. In modern conditions, demographic problems, problems of providing quality health care, employment and income level, accessibility of education, solving housing problems, ensuring personal safety of citizens are actualizing.

Theoretical studies of the problems of forming the quality of life of the population have taken place in the works of A. Smith and D. Ricardo. In the writings of Ukrainian scientists, the problems of formation, regulation and improvement of the quality of life of the population and the principles of implementation of social policy are devoted to research: V.P. Antonyuk, D.P. Goddess, O.A. Bogutsky, V.M. Heytsa, E.M. Libanova, V.M. Nizhnika, MV Semikina and others. The works of scientists substantiate, first of all, the fundamental directions of social economy development, income generation, evaluation and improvement of the level and quality of life of the population.

Among foreign economists the research of theoretical and practical problems of the level and quality of life of the population is covered in the scientific works of such foreign scientists as: SM. Ayusheva, GS Becker, V.M. Bobkova, B.I. Gerasimova, VI Gureeva, V.M. Zherebina, S.A. Merkusheva, M.A. Medvedeva, G.P. Petropavlova, N.M. Rymashevskaya, O.V. Fakhrutdinova and others.

Despite the existing developments in the quality of life of the population, it should be noted that there is no single approach to its definition and justification of the mechanisms of enhancement in the conditions of activating the processes of social involvement in order to guarantee the widest opportunities and freedoms of people, which is the main task of the social policy of the state. Problems of improving the quality of life of the population on the basis of overcoming the negative tendencies of socio-economic development of certain regions and strata of the population, creation of a system of motivation for effective labor activity in production, as well as systems of change management in the modern period of the world pandemic COVID-19 continue to provoke scientific discussions and cause actuality.

The purpose of the study is to summarize the results of our own research to address the problem of raising the standard of living of the population and reducing the risks of social crisis in the post-quarantine period in Ukraine.

Social policy is an integral part of the work of governments all over the world. Despite the divergent views on the essence of social policy, its goals and the degree of government involvement in the implementation of social programs, the social policies of many developed European countries are based on common principles of solidarity, respect for human rights, the realization of the idea of well-being and the implementation of measures to improve living standards.

Researching the category of "quality of life", it must be borne in mind that it covers various aspects of human activity: professional, social, moral, intellectual, spiritual. Some objective characteristics of quality of life may be more actualized in the mind of the person, others less, others are not at all relevant due to experience, cultural capital of value preferences. In addition, to assess the quality of life of the population, it is necessary to identify and classify factors that affect quality of life and take into account their importance.

In terms of the quality of life of the population, the subject may be the individual, household or the general population. However, in the late twentieth century, the welfare theory was formed. This theory directed all the activities of the state, to increase individual well-being, which has already been considered more widely in the neo-institutional school. According to theory, in addition to material benefits, living conditions (leisure, working conditions, relationships) were included in the quality of life of the population [1]. Also, the leading scientists today are increasingly paying attention to the subjective perception of the quality of life, that is, taking into account the opinion of

the person, his / her satisfaction with life [2]. It is also important to take into account the factors specific to the region under study.

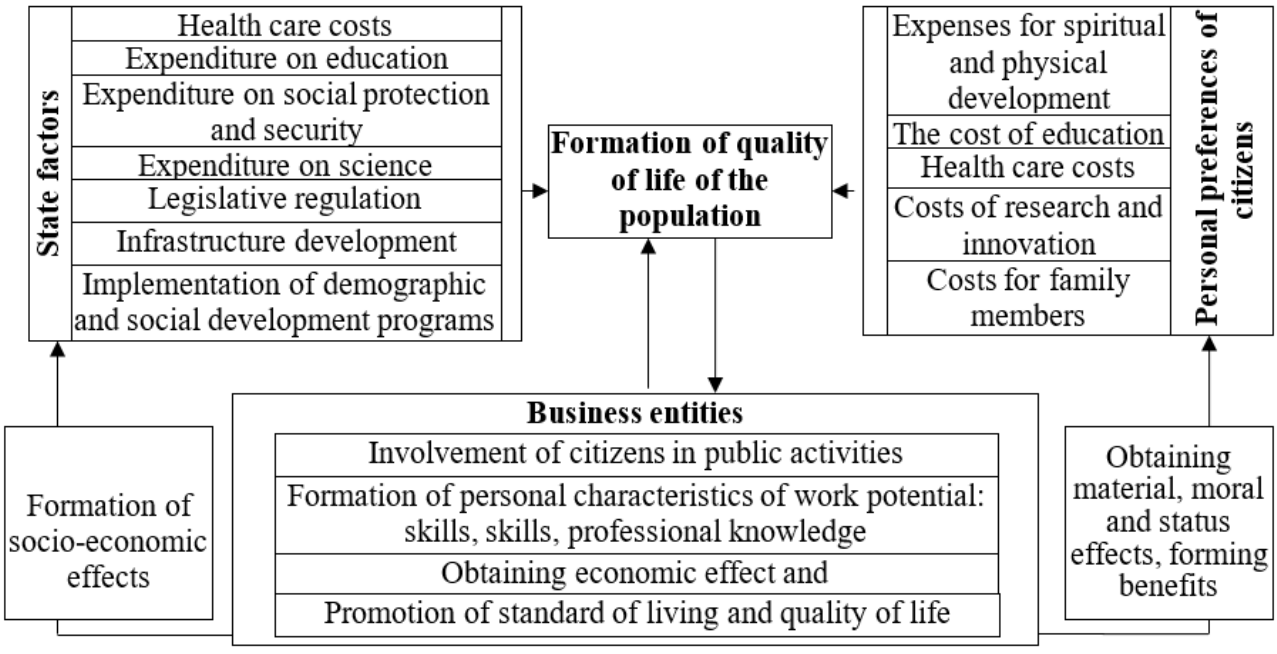
Subjective assessments are important because they can be differentiated by region, social and demographic groups and allow for a comprehensive assessment of society. They are projected on the whole system of relations: between individuals, social groups, regions, as well as the relations of individuals with social institutions and the main institute — the state. Measuring subjective assessments of quality of life provides information about the existence and emergence of socially negative social attitudes.

The dependence of quality of life indicators and environmental factors is directly related. Living conditions of the population of Ukraine have their peculiarities in comparison with other European countries. Accordingly, the difference in quality of life indicators and reproduction processes is also significant [3, 4].

Summarizing existing approaches to assessing the standard of living of the population, it is possible to identify the basic living conditions that affect the reproduction and development of the population and determine its quality. The main factors are economic, political and social factors. On this basis, it can be concluded that the formation of quality of life of the population is based on a synthesis of the interconnected influence of three components: purposeful efforts of the state, involvement of citizens in work and lifestyle choices and giving benefits directly to citizens (Pic. 1).

Therefore, the factors of ensuring the quality of life of the population of Ukraine should include, first of all, indicators of economic conditions and social status, which determine the level of employment of the population and the possibility of its increase. The solution to the problem is significantly complicated by the current global socio-economic crisis related to the COVID-19 pandemic. Thus, the global pandemic of the coronavirus has been changing the established way of life in Ukraine for over a month now and the risks and its negative effects on the level and quality of life of the population must be taken into account. These include: total impoverishment of all sections of the population, the threat of economic crisis, job losses and rising unemployment, exacerbation of health problems, imbalances in education and others.

According to the results of the research, it can be concluded that the problem of overcoming the differences of socio-economic development at the state and regional level can be solved by the implementation of the following directions: expansion of administrative powers and ensuring the financial self-sufficiency of local self-government bodies; moving the economy to an innovative path of development by creating an effective competitive environment; formation of objects of infrastructure of investment-innovative development; restructuring of basic industries; promoting income growth; raising wages and employment.



Pic. 1. Components of forming the quality of life of the population

Thus, improving people's quality of life, combined with creating the right conditions for implementing an innovative model of economic growth, achieving and transforming high standards of quality of life into a powerful determinant of Ukraine's global competitiveness, is a strategic management task for the country's leadership. Identification of the main components and factors of impact on the quality of life of the population, the formation of a strategy for quality of life management will allow to ensure the harmonization of the goals of economic growth, human development and environmental protection.

References:

1. Blauh M. Эkonomycheskaya teoryya blahosostoyanyya Pareto / M. Blauh // Эkonomycheskaya musl v retrospektyve: Economic Theory in Retrospect. M.: Delo, 1994. 627s.

2. Vymiryuvannya yakosti zhyttya v Ukrayini. Analitychna dopovid / E.M. Libanova, L.S. Lisohor ta in. K., 2019. : [Electronic resource]. — https://www.google.de/search?q

3. The European System of integrated Social protection statistics (ESSPROS): [Electronic resource]. — Brussels: Eurostat.– 2018.

4. Ukrinform. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2229695-grojsman-ozvuciv-rozmir-serednoi-pensii-v-ukraini.html (дата звернення 10.01.2018).

Желєзнова Ю. С.
«Економіка та управління», 5 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — старший викладач кафедри іноземних мов факультету маркетингу Редзюк І. В.

INNOVATIVE TECHNOLOGIES OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE SYSTEM OF TRAINING

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В СИСТЕМІ НАВЧАННЯ

In the modern world, the topic "Artificial intelligence in the education system is quite relevant. Artificial intelligence is an evolving technological field that can change every aspect of our social interactions. In the field of education, AI began to provide new teaching and learning solutions that are currently being tested in a variety of settings.

Artificial intelligence has the potential to accelerate the process of achieving global educational goals by reducing barriers to access to learning, automating management processes and optimizing methods to improve learning outcomes.

With the help of artificial intelligence, it is possible to solve a number of problems in the education system and make it more modern, the simplest example of how artificial intelligence helps the education system is automatic assessment, and artificial intelligence can also help students choose courses that are optimal in terms of complexity and interest, essentially make up an individual training program.

As the goal in this article, I want to consider the latest technologies that play a huge role for both teachers and students, and touch on the future of artificial intelligence in the education system.

This project study will provide an opportunity to consider the benefits of introducing innovative technologies of artificial intelligence in modern learning.

In the article, I use research methods such as analysis and synthesis. These methods will give me the opportunity to study in detail the material on the topic of innovative technologies in the education system, because it is based on the process of decomposing the subject of study into its constituent parts, and the synthesis method will help me combine the information obtained during analysis into a single whole.

Nowadays, much attention is paid to the study of innovative artificial intelligence technology and their use to replace routine work in the field of education. A large number of works and researches of domestic and foreign authors have already been devoted to this issue.

I propose to begin to consider literary studies on artificial intelligence from such author as Hunt E. Artificial Intelligence.,[4] Which in 1978 was one of the first to write a manual on artificial

intelligence. This guide is devoted to the fundamental problems of artificial intelligence and approaches to solving them, and in addition to the information I reviewed Winston P. Artificial intelligence,[3] because this book can serve as a useful guide to the theory and application of ideas of artificial intelligence up to their implementation in programming languages. The introduction of artificial intelligence technologies is a rather painstaking, important aspect and a very big step in the development of the field of learning that needs detailed study. In addressing this issue, the literature G.A Atanova and I.N.Pustinnikov[1], in this book, the authors discuss the formation and implementation of the artificial intelligence system in Ukraine, the contemporary needs of students, which serve as a basis for the creation of new learning technologies, as well as the concept of artificial intelligence as a whole. And if you analyze the author's literature Gavrilov A.V.[5] in his handbook the theoretical and practical questions of construction of various systems with elements of artificial intelligence are considered; logical models and frames for representation of knowledge, examples of construction of systems of artificial intelligence are given; issues of image recognition are considered, algorithms of image processing in technical systems and models of speech perception are given. Also, I was very interested in the article written by Paskov A.A.[2], in which the author very thoroughly considered the main possibilities of using artificial intelligence in the system of education, current trends in the field of education.

Having analyzed some of the scientific literature, I can say that artificial intelligence in the learning system does not need to understand how something can be done in general, but sometimes it is necessary to exclude the human factor from the training system to obtain the most objective results and to beat real teachers with such systems could recheck spelling in works and save teachers 30% of the time.

As a result of the study, I can argue that at present there are many artificial intelligence (AI) programs, thanks to which students, school children and teachers get huge benefits. A huge advantage is that the educational platform is adapted to the needs of students, and education at any convenient time is undoubtedly a huge plus for the student. In the course of the study, I identified the following innovative technologies of art in the education system and their advantages:

Automatic rating. A specialized computer program based on artificial intelligence that mimics the behavior of a teacher who gives marks for essays written in the educational environment. She can evaluate students' knowledge, analyze their answers, give feedback and draw up individual training plans.

Virtual assistants. At the moment, there are already assistants for teachers who are able to respond accurately and quickly to student requests, thanks to the built-in computers with AI.

Personalized training. Personalized learning refers to a variety of educational programs in which the pace of learning and the educational approach are optimized for the needs of each student. Experience takes into account learning preferences and the specific interests of different students. Artificial intelligence will easily select the right pace for the student so that he can better learn the program.

Adaptive learning. It assumes that AI is able to track the progress of each student and either adjust the course or inform the teacher about material that is difficult for a particular student to understand.

Proctoring. Distance learning usually involves conducting distance exams. However, it is necessary to ensure that the student writes the exam given to him independently. For this, AI-based security systems come to the rescue. Proctoring or Proctored Test is a mechanism that ensures the authenticity of the tested and prevents him / her from cheating through the proctor that is present during the test

Despite the fact that in the current educational environment there is still a lot going on in accordance with classical concepts, in the near future, machine learning will certainly completely penetrate the educated environment. Algorithms are becoming more intelligent. The curiosity of scientists and industrialists is also growing. Thus, artificial intelligence will become an integral part of any educated program.

Innovative technologies of artificial intelligence in the education system, because when AI comes into play, the role of the teacher changes. Collaboration of teachers with artificial intelligence will help students learn faster, more efficiently and better. When AI takes on tasks such as testing and assessment, developing a personalized curriculum, or understanding a student's emotions, the teacher will have more time for social skills. Therefore, the role of the teacher will shift from teacher to coach. The teacher can provide emotional support or direct the student in the right direction. Also, artificial intelligence in the field of education will provide students in remote areas with access to better education.

Public and private universities in Ukraine need to participate more actively in European grant programs and cooperate with European universities in the field of AI. This is the only way to keep the teaching staff in tune and at the right level and to receive decent funding for education in AI. And this is not just a wish — one of the reports at the conference in the field of robotics was based on the results of such cooperation between Ukrainian, Polish and German universities.

Ukrainian universities need to develop open and transparent conditions for working with companies in the field of AI by analogy with the European one. A lot of Ukrainian and Western companies would like to participate in curriculum development, defining graduation topics and even sponsoring laboratories in universities to train themselves, but most of them are discouraged by the lack of clear and transparent rules in the market.

References:

1. Atanov G.A., Pustinnikova I.M. Teaching and artificial intelligence, or the foundations of modern higher education didactics. Donetsk: Do U Publishing House, 2002. — 504 p.
2. Paskova A.A. Technologies of artificial intelligence in the personalization of e-learning, 2019. — 10 p.
3. Winston P., Artificial Intelligence, Addison -Wesley Publishing House, 1980. — 520 p.
4. Hunt E. Arificial Intelligence. World Publishing House, 1978. — 558 p.
5. Gavrilov A.V. Systems of Artificial Intelligence. World Publishing House, 2001. — 59 p.
6. Mark O'Connell. Artificial Intelligence and the Future of Humanity. Fors Publishing House, 2020. — 272 p.
7. Goodfellow I., Benjo Y., Curville A., Deep Learning, DMK Press, 2020. — 652 p.
8. Russell S., Norvig P. Artificial Intelligence: A Contemporary Approach (AIMA), 2nd Edition, Dialectic — Williams Publishing House, 2016. — 400 p.

Бахтуріна Ю. В.
«Маркетинг», 2 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — старший викладач кафедри іноземних мов факультету маркетингу Плотнікова О. В.

THE DIRECTIONS OF MODERNISATION OF THE EDUCATIONAL SERVICES MARKET FOR THE DEMANDS OF THE LABOR MARKET (FREELANCE AS A NEW FORM OF EMPLOYMENT)

НАПРЯМИ МОДЕРНІЗІЦІЇ РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ ДЛЯ ПОТРЕБИ РИНКУ ПРАЦІ (ФРИЛАНС ЯК НОВА ФОРМА ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ)

Today, with the active development of technologies, ubiquitous digitization and Internetization society is changing and evolving at an extraordinary rate. Some social institutions keep being replaced by others, hence, new professions appear instead of the old ones. This tendency is also characteristic of the labour force market. The concept of freelance has emerged there as a result of developing Internet technologies and their widely spread adoption by people of all ages and social status. Freelance is a special form of work in which various projects are being searched independently of employers. This way of work concerns a list of specific jobs, usually related to copywriting, trading, accounting or creating computer programs. The number of people who want to work on a freelance basis is increasing every day. The goal of this article is to research and present theoretical aspects of this type of work, considering its development and future. The actuality of this research is to esteem this new alternative form of employment, which gains popularity in Ukraine and all over the world. Moreover, its spread becomes faster today as millions of people have lost their work now because of the coronavirus pandemic; they have to earn their living to provide themselves with everyday needs. Evidently, in the conditions of the quarantine, the freelance way of searching for a job can provide people with a good source of income. For this article I used the following methods of research such as searching the Internet for English-language publications and analyzing the most relevant articles on the given topic.

Freelance is widespread practice in Europe and the USA. In Ukraine, however, it is gaining its popularity only now. References, analyzed in this article, are referred to non-Ukrainian market of digital labour, but their results can be applied to our national realia.

Aleksandra Savanović and Marko Orel in their review «The role of creative hubs in the freelance labour market» [1] consider some aspects and problems of freelancing, which can be solved with the help of creative hubs. The significant growth of freelance work and the digital transformation of the labour market bring new challenges to the organization and protection of labour, leading to a situation where work becomes adaptable, partial, requested and project-oriented. This is especially true in cultural and creative industries, where half of the workforce is freelancers. They state that the development of digital technologies and Internet access caused a significant increase in requested jobs, which is a new form of labour. More and more employers are giving priority to this form because of its greater economic efficiency. At the same time, freelancers themselves face some disadvantages, such as low-income risks, and limited access to social welfare services. Also, like other specialists, freelancers aspire to set up labor representations; however, the authors insist, there are some legislative limits, like antimonopoly legislation. Moreover, freelancers often face problems with working conditions. Freelancing is associated with financial risks, although there are other problems: the level of efficiency, instability of work schedules, and self-isolation. The authors of the review write that creative hubs were organized to solve these problems and to play an important role in detecting them, as well as in advocating the status of freelance. For freelancers, the main source of job search is the Internet. There are two types of market here. The first one is the mobile labour market, which involves digital communication processes and physical provision of services. The second one is an online labour market that provides online contacts and works digitally. Most freelancers get a job using a "word of mouth", which shows the need to build social contacts and integrate into social environments in the process of making a career. In this case, creative hubs set up co-working spaces, which are innovative workplaces that provide independent work, and confidence building. Besides, to improve such communication, moderated co-working environments which are controlled by managers have been created. Such environments are thought to contribute to the social and professional development of freelancers, because people socialize and share experience and knowledge there. As we can see, the role of creative hubs in freelance in this article is to create supportive conditions for freelancers to work and protect their interests.

Lots of freelancers use modern technologies in their work. Dr Darja Reuschke and Dr Annabelle Wilkins in their article “Freelance working. Mobile Technology and Social Media.” [2] esteem the role of mobile devices and ways of using them for freelancing. This research shows that the most popular mobile devices among freelancers are smartphones, laptops and tablets. All of the inquired freelancers use mobile devices in their business activities, in emailing and in texting. They also analyze data and operate with social networks which are widespread in freelance engineering professions; other professions in media, business, sales and marketing consider social media less significant in their work. The inquired freelancers mention using LinkedIn, Twitter, Facebook, YouTube and Google+ in their work. The interesting insight is that profession influences the choice of social media; for example, business researchers use LinkedIn, media and design workers use Twitter and Facebook. As for the reasons for using social media, they communicate with partners, looking for new networks, collecting new thoughts and selling products or services. As we can see, the role of social media in freelance cannot be overestimated, and moreover, profession is significant in selecting a social network.

The future of freelancing is covered by Jon Younger in Forbes [3]. He outlines the data of PwC and BCG on which the value of independent freelance employees will grow. It is also forecast that most companies will use the services of freelancers for both economic and professional skills. The fourth industrial revolution will promote the development of freelance, as most well-known companies, use freelance services because they do not have the hiring staff to run up against the needs of this revolution. In addition, freelancing is used in a plenty of industries when some organizations are in the scarcity of experience to develop, so freelancing is an option. The last direction of freelancing development is the increase of its directions.

In conclusion it must be said that freelance is a new form of employment, which gains its popularity among employees and employers rapidly. Although it has advantages, like a flexible work schedule for a freelancer or lower cost of labour for business, it also has its cons. For example, it could be legislation limitations, or human factors, like self-isolation or loss of productivity. The solution to this problem can be using social networks or setting up a creative hub, which can create conditions for freelancers to work and promote their interests. Freelancers often use social media for their work, and moreover, the choice of social network depends on the professional sphere,

where a freelancer works. The future of freelance seems bright. In the context of the fourth industrial revolution, freelancing has a great chance to develop in various industries. Freelance in Ukraine will also develop rapidly because of the non-stable economic situation and coronavirus quarantine. In the near future Ukraine can also adapt the concept of creative hubs for freelancers in order to improve the quality of their work.

References:

1. «The role of creative hubs in the freelance labour market» by Aleksandra Savanović & Marko Orel, URL: https://www.researchgate.net/publication/326300582_The_role_of_creative_hubs_in_the_freelance_labour_market
2. "FREELANCE WORKING. Mobile Technology and Social Media" by Dr Darja Reuschke, and Dr Annabelle Wilkins, URL: https://eprints.soton.ac.uk/428479/
3. COVID 19 Is Likely To Give Freelancing A Major Growth Spurt by Jon Younger, URL: https://www.forbes.com/sites/jonyounger/2020/04/14/covid-19-is-likely-to-give-freelancing-a-major-growth-spurt/#4e117fd47f37

Жеребко Є. Ю.
«Управління персоналом, соціологія та психологія», 2 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — старший викладач кафедри
іноземних мов факультету маркетингу Завідонова Н. І.

PROSPECTS OF THE USE OF SOLAR ENERGY TECHNOLOGIES IN UKRAINE

ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ СОНЯЧНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ В УКРАЇНІ

The main driving mechanism of mankind's scientific and technological progress is energy. At present we get 90% of the energy through the consumption of fossil fuels (oil, coal, gas), the world's reserves of which deplete in this century. We would like to note that that the current traditional sources of fuel are actually irreplaceable and extraction and processing of raw materials includes human pressure on the environment. Therefore, the world began to increasingly give preference to renewable energy, especially solar energy. The urgency of the problem is related to the growing interest in non-traditional, primarily renewable and environmentally friendly energy sources. Now an important direction of Ukraine's recovery from the economic crisis is to solve the problems of the energy industry. In conditions of constant increase in the price of energy resources, incomplete loading of equipment and low rates of re-equipment, there is a need to use more energy-saving technologies. So, at this stage, our country is faced with the problem of energy efficiency. The reason for this is certain miscalculations in the priorities and prospects of the state's energy development, its dependence on external factors, rising prices on the world market, and limited natural energy resources in the earth's interior.

The research methods are analyzing the development of solar energy, including potential sources of solar energy and synthesis of the results of studies in historical and functional areas. Analysis of recent research and publications. Requirements for the need to develop and implement a program of state support for the development of non-traditional and renewable energy sources are contained in the Law "on alternative energy sources", The resolution of the Cabinet of Ministers "on the work of Central Executive bodies to ensure the economic and social development of regions". Research by scientists-economists O. I. Amoshi, I. M. Petrovich, I. V. Alekseev, G. R. Kopetsia found that the development of industry in Ukraine, including energy-saving technologies, is possible by switching to an innovative model of economic development only through the constant implementation of innovative projects.

The purpose of work. The article considers the prospects of the development of solar energy sources in Ukraine.

"Solar energy — this is an opportunity to benefit from two directions, energy and the environment. On Earth, more than 2 billion people in need of this technology, which has actually competed with other energy sources. Even in cloudy countries — such as the UK, may be get all the

electricity we need from solar panels installed on tall buildings. " He said in an interview with BBC BBC Dr Jeremy Leggett of the British company Solar Century. The sun — an inexhaustible source of energy — the world gives every second 80,000 billion kilowatts, that is several thousand times more than all the power stations in the world. Solar energy has been developed in many countries. Only in the US are operated solar collector area of 10 million. M2, which provides an annual fuel savings of up to 1.5 million. M. The sun — a source of energy is very high power. 22 days of sunshine on the total power coming to Earth are all reserves of fossil fuels on Earth.

Solar energy is gaining a stable position in the global energy sector. The attractiveness of solar energy due to:

1. available in every point of the planet, so it is attractive for all countries;
2. solar energy — an environmentally friendly source of energy;
3. solar energy — an inexhaustible source of energy that will be available through thousands of years.

Всього за 10 років — з 2010 по 2019 рік — сонячна енергетика в Україні перетворилася з екзотичного захоплення декількох багатих бізнесменів в економічну галузь, що стрімко розвивається з сукупною генерацією 1,8 ГВт електроенергії в рік. За світовими мірками це поки небагато. Але від 30% до 40% зростання щорічної генерації обіцяє вивести Україну до 2030–2035 року в число країн, що покривають до чверті необхідної потреби в енергії за рахунок альтернативних джерел.

Solar energy can be generated in two main ways:

1. Photovoltaic (PV) or solar cells are semiconductor devices that convert sunlight directly into electricity. Modern solar cells are probably an image that most people recognize — they are placed on panels installed in fields, in homes, and in calculators. They were invented in 1954 at Bell Telephone Laboratories in the United States. Today, solar photovoltaic systems are one of the fastest growing renewable energy technologies and are poised to play an important role in future global electricity generation. Solar photovoltaic installations can be combined to provide electricity on an industrial scale, or placed in small changes for mini-networks or for personal use. Using solar photovoltaic power to power mini-grids is an effective way to provide access to electricity for people who do not live near power lines. The cost of producing solar panels has plummeted over the past decade, making them not only affordable, but often the cheapest forms of electricity. The service life of solar panels is about 30 years, depending on the type of material used in production.
2. Concentrated solar energy (CSP) Systems, use mirrors to concentrate the sun’s rays. These rays heat a liquid that creates steam to drive the turbine and generate electricity. CSP technology is used for generating electricity at large power plants. Such power plants usually have a field of mirrors that redirects the rays to a tall, thin tower. One of the main advantages of a CSP power plant over a solar photovoltaic plant is that it can be supplemented with molten salt tanks that can store heat, allowing electricity to be generated after sunset.

Ukraine has historically created favorable conditions for the development of solar energy: — high scientific and technical potential for the development and technical support of special technical equipment; — existing production facilities for the production of more than 10% of the world’s monocrystic silicon for photovoltaic converters — — unloaded production associations of microelectronic production, which are able to produce solar power plants based on the existing technological base. Now the development of solar energy in Ukraine is at the stage that Europe passed 7-10 years ago. At the same time, we have one of the most attractive investment structures in Europe for the development of the industry. Indeed, favorable conditions have been created here: the availability of resources and land plots, a preferential tariff, state support and a targeted energy strategy that aims to achieve 25% of clean energy production by 2035. As a result, interest in renewable energy in Ukraine continues to grow, and the government estimates that by 2020 the total investment in alternative energy will reach us $ 18 billion. Ukraine is taking important steps to expand the use of RES and alternative fuels as part of its broader strategy to reduce dependence on traditional fossil fuels. Although the RES sector is still small compared to other types of generation in Ukraine, at the same time it shows constant growth, making our country a leader in this industry. From 2014 to the end of 2017, the volume of RES increased from 967 to 1375 MW, and by the end of the 1st quarter of 2018 — to 1534 MW. It is estimated that our country has the potential to increase the use of renewable energy tenfold by 2030 and reduce the consumption of natural gas by 15 %.

So far, the largest projects in our energy industry have only been put into operation the SES from China Machinery EC and DTEK at 290 MW and the station in Vinnytsia at 220 mW. However, in 2019 and 2020, it is planned to put into operation at least 15 more large industrial solar

stations. Their total capacity should reach 730-750 MW, and EPC contractors are such well–known operators as: KNESS, Rener, Technode, Rentechno, TR-engineering, Helios Strategia and some others. [1] If all their plans are implemented, the news of solar energy in Ukraine in the first half of the 2020s may well be supplemented with reports about the construction of the country's first TOP stations with a capacity of 500 MW and higher. At the moment, there are only 7 of them in the world, and none of them are located in Europe or Russia. In parallel, the volume of private SES generation will also grow. The main reasons for this are the constant reduction in the cost of a unit of produced energy per unit of installed capacity of photovoltaic panels (excluding the cost of auxiliary equipment, installation and services for issuing permits).

Solar energy is one of the most promising and dynamic renewable energy sources (RES). Every year, the increase in commissioned capacity is approximately 40-50%. In just the past fifteen years, the share of solar electricity in the world's energy sector has exceeded the 5% mark. The situation with the use of Solar energy in the world is also moving forward at a rapid pace. This is especially noticeable in the most technologically advanced countries. In addition to the classic use of solar panels to meet the electricity needs of private households, in the United States, Japan, China, Germany and France, flexible and thin modules are not only installed in the roofing of homes, but also find other uses for them. [1]

1. Roads. Heavy-duty, energy-producing coatings are laid instead of concrete and asphalt. Due to technological features, this coating with built-in diodes provides illumination of the route in the dark, does not allow snow to accumulate on it, charges electric cars on the move and does not require even minor maintenance for 25 years. Unfortunately, given the high cost (about $ 130 per square meter), the length of such trails is only a few tens of kilometers.
2. Space. The task of solar energy has long been to provide energy to space stations and satellites in stationary orbits. The advantage of using batteries in space is that they can generate energy around the clock. In addition, small spacecraft can be sent to distant space travel with the help of "solar sails", whose insignificant thrust is fully compensated for by almost eternal performance.
3. Transport. The future of solar energy in the transport sector has already begun. Thanks to Elon Musk, all the major car giants in the world — from Toyota and Volkswagen to Mercedes and BMW-began to massively introduce energy obtained from solar panels and stored in lithium batteries in their new models of electric vehicles. Whether Tesla will survive in competition with them is hard to say. However, all cars on the ice in the near future are waiting for very difficult times. Finally, it is solar energy from long-lasting flexible photovoltaic batteries that are going to be used on drones and all-terrain vehicles that will plow the expanses of the moon and Mars in the very near future. And from 2022, the first mass-produced electric aircraft with solar panels on the wings should take to the sky.
4. Housing construction. Here, the production of ready-made solutions for "solar roofs" for standard country houses is already established. However, one more interesting fact is known from the latest news of the solar energy market. In the near future, first of all, China and India intend to start building huge farm houses with very thin, transparent, hundreds or even thousands of square meters of solar panels. Being very strong and completely transparent organic films with a thickness of only 1-2 mm, they compensate for low efficiency with a large working surface area.

Advantages of Solar Energy: Solar energy is inexhaustible and accessible; it is safe for the environment. Disadvantages: depending on the weather conditions; depending on the day and night; it should be able to accumulate energy; quite expensive is the construction of power plants of this type; it should periodically clean the surface of cells from dirt and dust; atmosphere over power pretty hot.

In the future, to expand the prospects of solar energy, Ukraine can adopt the successful experience of our foreign colleagues.

- Transport capabilities. Everyone knows and has even seen a lot of modern electric cars on the roads of our country's megacities, but few people know that in European countries, solar cells are placed on the roofs of trains and provide them with electricity during operation. In the future, this technology can be used on water and aircraft.
- Thermal energy-a method of converting solar energy by heating water in containers made of materials that conduct heat well.

Solar power is a cheap, independent source of inexhaustible energy that has great prospects in all areas of industry in Ukraine and the home. The reasons for these are: — in Ukraine the average potential of solar energy is much higher than in Germany and Poland; — Ukraine has concentrated 10 percent of the global production of silicon; it can place the country at the leading place in the

world with regard to production of silicon solar cells and electronics; — the Ukrainian manufacturing capabilities allow enterprises to conduct the full technological cycle of solar cells. Ukraine has highly qualified scientific potential in this area; — creating positive dynamics of solar power capacity — 8.1 MW in 2010 and 746.9 MW in 2013 — said that Ukraine can provide until 2020 up to 11% of electricity from renewable energy sources; — relatively high "green" electricity tariff favors the investments in Ukraine.

References:

1. Сонячні електростанції Green Tech Trade | Новини | Куди рухається сонячна енергетика в Україні та в світі 20.09.2019.
2. Погребенник, В.; Савчин, М. (2013). Досвід використання сонячної енергії у міжнародній та світовій практиці. Нетрадиційні і поновлювані джерела енергії як альтернативні первинним джерелам енергії в регіоні. Львів, 223–226.
3. ЗаконУкраїни «Про альтернативні джерела енергії» від 20.03.2003р. №555–IV // Відомості Верховної радиУкраїни. 2003 р.
4. Постанова КабінетуМіністрівУкраїни «Про роботу центральних органі виконавчої влади із забезпечення розвитку регіонів» від 03.10.2006р. № 1376.
5. Копець Г.Р. Інноваційні процеси у сфері енергоефективності в Україні // Вісн. НУ «Львівська політехніка».

ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ І МЕНЕДЖМЕНТУ

ПЛАТФОРМА 1
СУЧАСНА УКРАЇНА: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Голіонко К. Д.
«Міжнародна економіка», 3 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
Науковий керівник — к.ф.н., доц., завідувач кафедри німецької мови Гавриш М. М.

E-COMMERCE IN DER UKRAINE

In diesem Beitrag habe ich vor, einen neuen Wirtschaftsbereich, und zwar den E-Commerce, in der Ukraine erläutern. Zuerst berichte ich über die Bedeutung des E-Commerce und danach beschäftige ich mich mit seiner Entwicklung im Ausland und in der Ukraine.

Was ist der E-Commerce? Amazon, eBay und Co. — sie alle fallen unter den Begriff des E-Commerce.

Sämtlicher Handel, der über das Internet abgewickelt wird, wird als E-Commerce bezeichnet. Mit anderen Worten ist der E-Commerce ein elektronischer Online-Kauf oder Online-Verkauf.

Der wesentliche Vorteil von E-Commerce besteht darin, dass der Kunde nicht sein Haus verlassen muss, um eine Ware zu erwerben. Er muss keine langwierigen Beratungsgespräche führen. Der Kunde muss nicht die Bank aufsuchen, um Geld abzuheben. Er muss keine Telefonate führen, wenn es zu Problemen mit dem Produkt kommt.

Alle diese Prozesse finden im Internet statt und stehen der Kundschaft theoretisch 24 Stunden am Tag, 7 Tage in der Woche zur Verfügung. Das spart dem Verbraucher Zeit, dem Unternehmen im Gegenzug viele Ressourcen und Arbeitsstunden. Beispielsweise muss ein Verkäufer nicht jeden Tag dieselben Fragen beantworten. Alles Wissenswerte über das Produkt erfährt der Verbraucher ebenfalls über das Internet.

Laut der statistischen Seite Statista hat der weltweite E-Commerce-Einzelhandelsumsatz im Jahre 2019 3,5 Billionen US-Dollar erreicht. Der E-Commerce-Markt ist sehr wichtig in der globalen digitalen Wirtschaft. Die meisten ukrainischen Unternehmen sind immer noch mit den lokalen Rahmenbedingungen zufrieden, aber die Ukraine hat ein großes Potenzial.

Ukrainischer Online-Markt hat einige Besonderheiten. Die wichtigsten sind folgende:

- Die Top-E-Commerce-Websites in der Ukraine sind olx.ua, prom.ua und rozetka.com.ua. Andere Top-Einzelhandels-Websites sind ria.com und aliexpress.com.
- Zu den Top-Produkten für ukrainische Online-Käufer zählen Kleidung, Schuhe, Accessoires, Haushaltswaren, Elektronik und Haushaltsgeräte, Sportartikel sowie Gesundheits — und Schönheitsprodukte.
- Die wichtigsten Zahlungsmethoden für digitale Einkäufe sind Zahlungskarten und PayPal.

Aber im Vergleich zu anderen Ländern hat die Ukraine einen unentwickelten E-Commerce-Markt. Zum Beispiel ist der Anteil des Online-Einzelhandels am gesamten Einzelhandel in Großbritannien etwa 13 Prozent. Und in der Ukraine ist es nur 1,5%.

Die E-Commerce-Marktgröße in der Ukraine ist auch nicht so groß: 1,5 Mrd. USD im Vergleich zu Russland (12), Deutschland (35,2), Großbritannien (52,1) und den USA (184). Und die ukrainischen Menschen geben gewöhnlich nicht viel für den E-Commerce aus — nur 33$ pro Kopf. In Russland ist diese Zahl 84$, in Deutschland, den USA und Großbritannien entsprechend 433$, 586$ und 827$.

Trotzdem belegt die Ukraine in Bezug auf das Wachstum des E-Commerce-Marktvolumens den zweiten Platz in Europa. Daher erwägen viele internationale Unternehmen die Möglichkeit, über E-Commerce in den ukrainischen Markt einzutreten. Beispielsweise plant der IKEA Store Ende 2020 den ersten elektronischen Store in der Ukraine zu eröffnen.

Um es zusammenzufassen, ist der E-Commerce ein sehr perspektivreicher Bereich. In der Ukraine gibt es viele Besonderheiten des elektronischen Handels und auch ein großes Potenzial.

References:

1. E-Commerce: Merkmale und Entwicklung. (o. J.). Abgerufen 20. April 2020, von https://www.ionos.de/digitalguide/online-marketing/verkaufen-im-internet/e-commerce/.

2. Was ist E-Commerce? Einfach und verständlich erklärt. (2015, Juni 30). Abgerufen 20. April 2020, von https://praxistipps.chip.de/was-ist-e-commerce-einfach-und-verstaendlich-erklaert_41949.

3. E-commerce Украины: итоги 2018 и прогнозы на 2019-й. (2019, Dezember 18). Abgerufen 20. April 2020, von https://rau.ua/ru/news/e-commerce-ukraine-2018/.
4. E-COMMERCE-2020: ПЕРСПЕКТИВЫ ДЛЯ УКРАИНЫ. (o. J.). Abgerufen 20. April 2020, von http://zavarnik.biz/e-commerce-2020-perspektivy-dlya-ukrainy.
5. Украинский e-commerce растет быстрее всех в Европе — инфографика. (2019, Juni 1). Abgerufen 20. April 2020, von https://nv.ua/biz/markets/ukrainskiy-e-commerce-rastet-bystree-vseh-v-evrope-infografika-137561.html.
6. Top sites ranking for E-commerce And Shopping in Ukraine. (2020, April 1). Abgerufen 20. April 2020, von https://www.similarweb.com/pt/top-websites/ukraine/category/e-commerce-and-shopping/.
7. IKEA решила открыть магазин в Украине после запуска e-commerce весной-2020. (2019, Dezember 3). Abgerufen 20. April 2020, von https://interfax.com.ua/news/economic/628051-amp.html.

Бутенко К. С.
«Міжнародний бізнес», 3 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.ф.н., доцент кафедри німецької мови Курченко Л. М.

NEUROMARKETING — WERBUNG, DIE IM KOPF WIRKT

Der Nobelpreisträger Francis Crick nannte es die erstaunliche Hypothese: die Idee, dass alle menschlichen Gefühle, Gedanken und Handlungen — sogar das Bewusstsein selbst — nur die Produkte der neuronalen Aktivität im Gehirn sind [3]. Bis vor kurzem noch als extravagante "Pseudowissenschaft" betrachtet, wurde das Neuromarketing in den letzten fünf Jahren durch mehrere bahnbrechende Studien unterstützt, die sein Potenzial zur Wertschöpfung für Vermarkter belegen.

Als Neuromarketing wird die Anwendung der modernen Hirnforschung zur Messung des Einflusses von Marketing und Werbung auf die Verbraucher bezeichnet. Dieses Wissen hilft Unternehmen, ihre Produkte und Dienstleistungen zu optimieren, Marketinginvestitionen deutlich zielgerichteter zu gestalten und letztendlich den Umsatz zu erhöhen [1].

Der größte Vorteil des Neuromarketings besteht darin, dass es die Lücken füllen kann, die die traditionellen Marketingmethoden hinterlassen haben. Denn Neuromarketing bietet Einblicke in Situationen, in denen Verbraucher sagen, dass sie eine Sache wollen, aber dann etwas anders kaufen. In diesem Bewusstseinszustand können Kunden leicht lügen, aber das Gehirn kann es nicht [5].

Zur Messung der physikalischen Signale werden verschiedene Instrumente verwendet. Nielsen, eines der führenden Beratungsunternehmen, behauptet zum Beispiel, dass es Eye Tracking einsetzt, um Marken dabei zu helfen, sicherzustellen, dass die Aufmerksamkeit der Kunden in den richtigen Momenten und auf die richtigen Dinge gerichtet ist (z.B. ein Logo, wenn es erscheint), und Gesichtskodierung, um sicherzustellen, dass eine Anzeige tatsächlich die Reaktion auslöst, die sie verursachen soll [2].

Aus Marketingsicht ist es deutlich: Emotionen sind der einfachste Weg, um mit dem Kunden in Kontakt zu treten. Denn es ist wissenschaftlich erwiesen, dass ein Mensch Entscheidungen durch Gefühle trifft. Für die erfolgreiche Einreichung von Informationen ist es notwendig, dass fünf wichtige Elemente gleichzeitig angewendet werden, und zwar: visuelle, auditive, geschmackliche, geruchsaktivierende und haptische Elemente. Wenn alle Bedingungen erfüllt sind und ein einziger Kommunikationskanal verwendet wird, erinnert sich der Kunde unbewusst an alle Erfahrungen mit der Marke [4].

Beim Kauf von Markenprodukten basieren die Entscheidungen der Verbraucher auf Intuition und Vertrauen. Sie kaufen automatisch etwas, mit dem sie vertraut sind, und denken nicht über den Preis oder andere Marken nach. C. Schleier betont: "Menschen konsumieren, um Motive und Bedürfnisse zu regulieren. Produkte und Marken, die unsere Motive und Bedürfnislagen bedienen, lösen neuronale Belohnungsreaktionen aus. Deshalb leuchten beim Anblick starker Marken die Belohnungszentren im unteren Stirnhirn auf" [6]. Wenn ein Mensch seine Lieblingsmarke sieht, reduziert das Hirnareal, das für das Denken zuständig ist, seine Aktivität. Dagegen werden Hirnareale aktiviert, die für intuitive Entscheidungen zuständig sind und in denen kognitive und emotionale Prozesse fusionieren. Somit ermöglicht eine starke Marke dem Kunden intuitives und nicht-reflektieres Entscheiden [6].

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass Neuromarketing eine ganz andere Perspektive auf die Werbeforschung bietet, als dies in den traditionellen Forschungsmethoden zu beobachten ist. Diese neue Perspektive wirft die herkömmlichen Vorstellungen über den Zweck der Werbung völlig um.

References:

1. Bhasin H. What is Neuromarketing? Advantages of Neuromarketing [Електронний ресурс] / Hitesh Bhasin // Marketing91. — 2019. — Режим доступу до ресурсу: https://www.marketing91.com/what-is-neuromarketing/. 2. Consumer neuroscience [Електронний ресурс] // Nielsen — Режим доступу до ресурсу: https://www.nielsen.com/us/en/solutions/capabilities/consumer-neuroscience/. 3. Crick F. The Astonishing Hypothesis [Електронний ресурс] / Francis Crick. — 1994. — Режим доступу до ресурсу: https://www.alleydog.com/glossary/definition.php?term=Astonishing+Hypothesis.

4. Mizerski N. Neuromarketing: Erkenntnisse zu effektiver Kommunikation — Teil 2 [Електронний ресурс] / Nika Mizerski // Marketing potentials. — 2013. — Режим доступу до ресурсу: https://marketingpotentials.wordpress.com/2013/02/24/neuromarketing-erkenntnisse-zu-effektiver-kommunikation-teil-2/. 5. Rosenstein D. Neuromarketing vs. Traditional Market Research: Less Bias, More Insight [Електронний ресурс] / D. Rosenstein, K. Gray // The Science of Persuasion.. — 2018. — Режим доступу до ресурсу: https://www.thescienceofpersuasion.com/single-post/2018/10/16/Neuromarketing-vs-Traditional-Market-Research-Less-Bias-More-Insight. 6. Scheier C. Neuromarketing : über den Mehrwert der Hirnforschung für das Marketing [Електронний ресурс] / Christian Scheier // Die neue Macht des Marketing : wie Sie Ihr Unternehmen mit Emotion, Innovation und Präzision profilieren. — Wiesbaden : Gabler, — 2007, p. 305–323. — Режим доступу до ресурсу: https://decodemarketing.com/media/ pages/publikationen/weitere-publikationen/dr-christian-scheier-dr-dirk-held/neuromarketing-ueber-den-mehrwert-der-hirnforschung-fuer-das-marketing/3976425604-1589367254/neuromarketing-ueber-den-mehrwert-der-hirnforschung.pdf.

Ісаєв М. Е.
«Міжнародні економічні відносини», 3 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — доц. кафедри німецької мови Кауш А. В.

ENTWICKLUNGSSTRATEGIE FÜR UKRAINISCHE WIRTSCHAFT: EROBERUNG BLAUER OZEANE

Einführung. Die Ukraine wird als eine Transformationswirtschaft klassifiziert. Nach dem Zerfall der UdSSR wurde anerkannt, dass das Zentralverwaltungsmodell ineffektiv ist. Neu entstehende Staaten fangen mit den Transformationsprozessen in solchen Branchen wie Wirtschaft, Politik und Gesellschaft an, die in der Ukraine zu dem Zeitpunkt dieser Veröffentlichung noch nicht beendet sind. Seit mehreren Jahren hat die Ukraine keine konsequente Entwicklung im wirtschaftlichen, sozialen und politischen Sinne. Geopolitischer Vektor änderte sich nach jeder Präsidentenwahl. Erst nach der Revolution der Würde (Euromaidan) ist klar geworden: die EU-Mitgliedschaft ist das größte Ziel unserer nachhaltigen Entwicklung. Sechs Jahre sind schon vorbei und es ist nun offensichtlich: mit existierendem Status quo ist es unmöglich, dieses Ziel zu erreichen.

In diesem Aufsatz werden wir die Strategie blauer Ozeane analysieren und uns mit der Frage beschäftigen, welche Schlussfolgerungen für die Entwicklung der Nationalwirtschaft relevant sein könnten.

Forschungsmethoden. Zu den aktuellen Forschungsmethoden der Wirtschaft zählt die Verhaltensökonomie, deswegen wird dieser Bereich im Sinne der Motivationstheorien berücksichtigt werden. Obwohl die Strategie blauer Ozeane ursprünglich als eine mikroökonomische Idee formuliert wurde, vermuten wir, dass es methodologisch möglich ist, diese Theorie bezüglich der Makroebene zu implementieren.

Literaturübersicht. Zu relevanter Fachliteratur zählen das Buch „Der blaue Ozean als Strategie: Wie man neue Märkte schafft, wo es keine Konkurrenz gibt“ von amerikanischen Wirtschaftswissenschaftlern W. Chan Kim und R. Mauborgne, in dem Grundideen der Strategie blauer Ozeane formuliert werden und das Buch „Motivation und Handeln“ von deutschen Psychologen J. Heckhausen und H. Heckhausen, in dem relevante Aspekte des Verhaltens analysiert werden.

Forschungsergebnisse. Man kann drei Kernelemente hervorheben, die den Erfolg durch die Motivation [1, S. 4] vorausbestimmen können:

1. Richtung (Orientierung zugunsten eines Zieles)
2. Intensität (wie stark strengt sich eine Person an)

3. Persistenz (Ausmaß, in dem die Bemühungen aufrechterhalten werden).

Eurozentrisches Konzept der Richtung ist auf gesetzlichem Niveau deutlich bestimmt, u.a. in der Verfassung verankert und wird planmäßig befolgt, aber was Intensität und Persistenz angeht, ist das angestrebte Wachstum immer noch nicht erreicht worden. Damit wird darauf bezogen, dass binnenländische Ziele, die im Jahre 2014 formuliert wurden, unverändert geblieben sind: eurozentrisches Konzept des Lebensstandards, Kampf gegen Korruption, zahlreiche Reformen etc. In diesem Kontext stellt sich die Frage: Kann die Ukraine eigentlich den blauen Ozean in Europa erschließen und als ein blauer Ozean für Europa erschlossen werden?

Zuerst soll Folgendes klargestellt werden: Was ist ein blauer und was ist ein roter Ozean? In den roten Ozeanen sind die Grenzen der einzelnen Branchen genau definiert und werden akzeptiert; die Regeln für den Wettbewerb sind bekannt. Alle versuchen hier, die Konkurrenten zu übertreffen, um sich einen größeren Anteil an der vorhandenen Nachfrage zu sichern. Die Produkte werden zur Massenware, der Konkurrenzkampf wird immer härter. Die blauen Ozeane dagegen werden durch bisher noch nicht erschlossene Märkte, die Erzeugung von Nachfrage und die Aussicht auf höchst profitables Wachstum gekennzeichnet [2, S. 4].

Was die theoretische Seite dieser Idee angeht, wird sie vor allem in der Mikroökonomie betrachtet, aber ist sie auch auf die Volkswirtschaft praktisch anwendbar? Um diese Frage zu beantworten, sollen zuerst die grundlegenden Wirtschaftssektoren analysiert werden. Es ist allgemein bekannt, dass die Ukraine eine starke Maschinenbauindustrie hat. Dabei soll berücksichtigt werden, dass dieser Markt in der EU vor allem zwischen Deutschland, Frankreich und Großbritannien verteilt ist. Die erste Frage besteht darin, ob ukrainische Erzeugnisse wettbewerbsfähig genug sind, um mit den Erzeugnissen aus diesen Ländern konkurrieren zu können. Im Fall einer positiven Antwort stellt sich die zweite Frage: kann die Ukraine Anspruch auf einen Marktanteil erheben? Dieses Problem ist gleichermaßen auch für die ukrainische Landwirtschaft essenziell. Ukrainische Lebensmittel wären für europäische Konsumenten vorteilhaft, weil sie damit europäische Qualitätsstandards zum günstigen Preis bekommen könnten. Die Landwirtschaft ist in Europa ein problematischer Dotationsbereich, deswegen wird den ukrainischen Wirtschaftssubjekten nicht erlaubt werden, das Dumping zu machen. Sie würden keine Anteile bekommen, weil es um die schon existierenden Märkte geht. Es gibt keinen bestimmten Sektor, den die ukrainische Regierung entwickeln muss, um auf den europäischen Markt zu kommen. Die volkswirtschaftliche Ebene wird durch die betriebswirtschaftliche Ebene erfasst. Es hat keinen wirtschaftlichen Sinn, in bestimmte Unternehmen oder Bereiche große Geldströme aus dem Staatshaushalt anzulegen und damit volkswirtschaftliche Probleme zu lösen. Keine Branche sollte zur Priorität erhoben werden. Ohne ein kontinuierliches Wachstum auf dem Niveau der klein- und mittelständischen Unternehmen erreicht zu haben, ist es unmöglich, wirtschaftliche Instrumente zu bekommen, mit denen der gesamtwirtschaftliche Wohlstand des Landes geschaffen wird.

Neue Ideen und StartUps sollten durch zahlreiche direkte und indirekte staatliche Maßnahmen unterstützt werden. Die meisten davon werden womöglich Insolventen, aber einige werden eines Tages schwarze Zahlen schreiben und neue Märkte — blaue Ozeane erschließen. Mit der Zeit werden sie sich zu den größten Unternehmen in ihren Bereichen entwickeln. Die Rede ist von der Hauptidee der Venture-Capital-Investitionen auf dem Niveau des Staates. Anschließend sei eines der wichtigsten Probleme angesprochen: Kriterien zur Bestimmung, ob eine Idee wirklich große Perspektiven hat. Mehrwertsteigerung ist die Methode, die die Perspektiven im Zusammenhang mit der Theorie blauer Ozeane bemessen könnte. Hiermit wird auf das Drei-Sektoren-Modell (Rohstoffgewinnung, Rohstoffverarbeitung und Dienstleistungen) bezogen.

Schlussfolgerungen und Vorschläge. Daraus kann man schlussfolgern, dass die staatliche Politik vor allem auf die Stimulierung der Mehrwerterzeugung ausgerichtet werden soll. Es lässt sich feststellen, dass es der einzige Weg ist, unsere Wirtschaftskonjunktur anzukurbeln und Erkenntnisse über eine mögliche Bündelung der Chancen zu gewinnen.

Die Strategie blauer Ozeane könnte voraussichtlich im Falle der Ukraine auf dem makroökonomischen Niveau implementiert werden. Dabei werden auch psychologische Motivationstheorien berücksichtigt, die den Zusammenhang nationaler wirtschaftlicher Entwicklungsstrategie mit dem Bereich der Verhaltensökonomie bilden.

References:

1. Heckhausen J., Heckhausen H. Motivation und Handeln. — Heidelberg: Springer, 2011. — 563 S.

2. Chan Kim W., Mauborgne R. Der blaue Ozean als Strategie: Wie man neue Märkte schafft, wo es keine Konkurrenz gibt. — München: Hanser, 2016. — 295 S.

Ігнат'єва В. Д.
«Міжнародні економічні відносини», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — старший викладач кафедри німецької мови Слободзян Р. Д.

DIE ROLLE VON TNCS IN DER WIRTSCHAFT DER UKRAINE

In der modernen Welt ist die Rolle und Aktivität von TNCs von entscheidender Bedeutung. Die Entwicklung der internationalen Produktion und die Verteilung ausländischer Direktinvestitionen bilden die Grundlage für intensive Entwicklung von TNCs in der Weltwirtschaft. Die Auswirkungen transnationaler Unternehmen auf die Weltwirtschaft nehmen unabhängig von ihrem Entwicklungsstand zu. Nestle Ukraine, bekannt für seine diversifizierten Produkte und seine lange Präsenz in der Ukraine, wurde für eine detaillierte Analyse ausgewählt.

Für diese Analyse wurden folgende Forschungsmethoden verwendet: empirische, systematische, strukturell-funktionale und Vergleich. Die Arbeiten in- und ausländischer Wissenschaftler und Praktiker, Statistiken offizieller Websites, Ratingagenturen, Finanzberichte und offizielle Berichte von TNCs wie Nestle, Unilever, Danone und anderen wurden bei der detaillierten Analyse dieses wichtigen Problems verwendet.

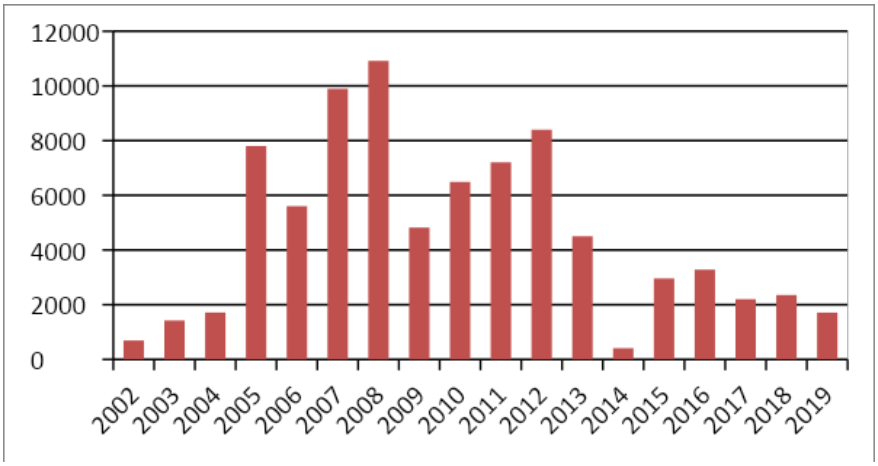
Forschungsziele sind:

1. Identifizierung der theoretischen Grundlagen von TNCs in der Welt.
2. Untersuchung der Auswirkungen von TNCs auf die Wirtschaft der Gastländer.
3. Analyse der Rolle von Unternehmen bei Investitions- und Handelsaktivitäten in der Ukraine.

In den letzten Jahren wurde eine große Anzahl von Artikeln und wissenschaftlichen Arbeiten dem Einfluss von TNCs gewidmet, da die Gewinne dieser Unternehmen höher als die der Länder sind, was zu mehrdeutigen Schlussfolgerungen führt. Zunächst wurde die wissenschaftliche Arbeit von Borschier, W. und Herckenrat M. betrachtet, wo die theoretischen Grundlagen der TNC-Aktivität analysiert sind. Trotz dieser Bedeutung für wirtschaftliche Prozesse haben sich bekannte Ökonomen aus der ganzen Welt nicht auf die Definition von TNCs geeinigt. Es sollte auch beachtet werden, dass die Rolle von TNCs nicht auf den wirtschaftlichen oder sozialen Bereich beschränkt ist, da die größten Unternehmen der Welt politische Entscheidungen beeinflussen, die eine echte Bedrohung für nationale Sicherheit darstellen.

Die Bedeutung und entscheidende Rolle von TNCs wird nicht nur durch die geografische Lage der Unternehmen und die Diversifizierung der Produkte bestätigt, sondern auch durch die Anhäufung von Mitteln, die gemäß den Managementzielen umgeleitet werden. Bisher stammen die Hauptkosten, die Unternehmen für die globale Marktführerschaft benötigen, aus Forschung und Entwicklung, da die Hightech-Branche für multinationale Unternehmen strategisch attraktiv ist.

Anzumerken ist auch, dass der Umfang von TNCs so groß ist, dass die Einnahmen von 10 größten Unternehmen die Gesamteinnahmen von 180 Ländern übersteigen und 80% des Weltmarktes von TNCs kontrolliert werden, zu denen auch Märkte für Waren, Dienstleistungen und Technologien gehören. Derzeit sind die Aktivitäten multinationaler Unternehmen und die Zuflüsse ausländischer Direktinvestitionen in die Ukraine geringer als in andere westeuropäischen Länder und in die GUS. Dennoch bleibt die ukrainische Wirtschaft strategisch attraktiv für ausländische Investoren [1].



Aus dem in diesem Säulendiagramm präsentierten Datenmaterial geht hervor, dass die ausländischen Direktinvestitionen in der Ukraine nicht stabil sind. Der Mindestwert wurde 2014 festgelegt — 410 Mio. USD, was auf die ungünstige politische, wirtschaftliche und soziale Situation zurückzuführen war [2]. Es ist interessant festzustellen, dass 2008 der Höchstbetrag an ausländischen Direktinvestitionen in der Ukraine beobachtet wurde — 10,9 Mrd. USD. Seit 2019 gingen die ausländischen Direktinvestitionen um 644 Mio. USD zurück, was von einem negativen Indikator für die Wirtschaft zeugt.

2002 wurde das multinationale Unternehmen Bunge Eigentümer der Ölförderanlage Dnipropetrowsk. Insgesamt investierte Bunge 15 Jahre lang in die Ukraine über 500 Millionen US-Dollar, davon 280 Millionen US-Dollar — im Hafen von Mykolajiw. Zusätzlich zu den Vermögenswerten in Dnipro und Mykolayiv verfügt Bunge über vier Getreideaufzüge (in den Gebieten Winnyzja, Dnipropetrowsk, Kirowograd, Odessa).

Die Aktivitäten von TNCs sind durch ihre expansive Politik gekennzeichnet. In der Situation in der Ukraine, wo die Kapazität nationaler Unternehmen nicht wettbewerbsfähig ist, sind Investitionen in bestimmte Branchen äußerst wichtig. Entscheidend ist außerdem, dass die Branchen, die sich auf ausländische Direktinvestitionen orientieren, vielfältig sind: Chemie, Agrarindustrie und Lebensmittelindustrie. Angesichts der günstigen territorialen Lage der Ukraine ist es wichtig, ihre Infrastruktur auszubauen, was die Umsatzsteigerung im Land positiv beeinflußt: Der Bau von Häfen im Süden des Landes ist ein hervorragendes Beispiel [3].

Meinetwegen ist es wichtig, die Auswirkungen eines der größten Unternehmen Nestle auf den ukrainischen Markt zu berücksichtigen. Der Schweizer Konsumgüterriese Nestlé ist seit Anfang der neunziger Jahre in der Ukraine präsent und hat sich in den letzten zwei Jahrzehnten zu einem der größten multinationalen Unternehmen des Landes entwickelt. Das Unternehmen konzentrierte sich zunächst auf Importe, expandierte bald in die lokale Produktion und verfügt nun über drei Hauptproduktionsstätten in der Ukraine (Süßwarenfabrik Lviv Svitoc, Torchin, eine Sauce für Mayonnaise und Charkiv-Hersteller von Mivina-Nudeln) [4].

Die Präsenz von Nestle in der Ukraine hat die Entwicklung der Lebensmittelindustrie und der Landwirtschaft in gewisser Weise beeinflusst. Das Unternehmen bekennt sich zu seinen Grundsätzen und seiner Vision von Qualität und Ernährungsernährung und arbeitet daher aktiv an der Unterstützung der Produktqualität in der Ukraine. Dabei baut es eine enge Zusammenarbeit mit ukrainischen Landwirten auf, die an der Entwicklung einer Reihe von Initiativen beteiligt sind: Master + und die Plattform für Initiativen für nachhaltige Landwirtschaft. Nestle zahlt ständig Steuern, hilft der ukrainischen Wirtschaft in Zeiten schwieriger Krisen und schafft Arbeitsplätze.

Es ist klar, dass TNKs einen erheblichen Wettbewerb auf dem Markt schaffen, aber die nationalen Unternehmen bleiben jedoch führend in der Agrarindustrie und in der Landwirtschaft. Die Hauptnachteile sind, dass diese Unternehmen Ressourcen nutzen und die Regierung beeinflussen. Um dieses Problem anzugehen, ist es jedoch allererst wichtig, Gesetze zu erlassen, die diese Probleme regeln.

References:

1. Качур А. В. ТНК та їх роль у сучасних міжнародних економічних відносинах / А. В. Качур, Д. М. Могилко. // Економіка і суспільство. — 2018. — №19. — С. 55–62.
2. Bornschier V. Транснаціональні корпорації у світовому розвитку: все одно шкідливий вплив у все більш глобалізованій світовій економіці? / V. Bornschier, M. Herkenrath. // Університет Цюріху. — 2016. — № 1. — С. 1–19.
3. УСПІХ КОМПАНІЇ ЯК СВІДЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО ПІДХОДУ NESTLÉ [Електронний ресурс] // DS-News. — 2019. — Режим доступу до ресурсу: https://www.dsnews.ua/vlast_deneg/uspeh-kompanii-kak-svidetelstvo-strategicheskogo-podhoda-07062019220500.
4. Швейцарський гігант споживчих товарів Nestlé інвестує в українську якість та конкурентоспроможність [Електронний ресурс] // Business Ukraine news. — 2018.

Мазуренко Д. С.
«Міжнародна економіка», 1 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
Університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — старший викладач кафедри німецької мови Прокопчук Л. В.

SOLARENERGIE. DIE LETZTE STUFE BEI DEM SPRUNG INS ZEITALTER DER ERNEUERBAREN ENERGIEARTEN?

Energie ist die Grundlage der zivilisatorischen Entwicklung und unseres Alltags. In Anpassung an sich verändernde Gegebenheiten und Anforderungen hat die westliche Zivilisation schon mehrfach ihre Energiequellen gewechselt. In nicht allzu langer Zeit werden die fossilen Brennstoffe ausgeschöpft und man muss andere Möglichkeiten finden um Energie zu gewinnen.

Seit mehr als 100 Jahren steigt der weltweite Energieverbrauch exponentiell an. Zwei Gründe sprechen dafür, dass der Energieverbrauch auch in Zukunft stark steigen wird. Einerseits nimmt die Industrialisierung weltweit ständig zu (z. B. in China), was zu höherem Energieverbrauch führt. Andererseits wächst die Weltbevölkerung exponentiell. Aus diesen Gründen kam die Diskussion über erneuerbare Energien in den 80er Jahren des 20. Jahrhunderts auf. Auslöser war eine Studie des Club of Rome. Die Frage ist nun, wie schnell wir den Sprung ins Zeitalter erneuerbarer Energien schaffen?

Die Solaranlage funktioniert ganz einfach: Während Licht auf die Solarzellen fällt, erzeugen diese daraus Gleichstrom. Die einzelnen Solarzellen sind zu größeren Solarmodulen verschaltet. Die einzelnen Solarmodule sind wiederum zum Solargenerator zusammengeschaltet. Der erzeugte Gleichstrom wird mithilfe des Wechselrichters zu Wechselstrom umgewandelt. Dank der Umwandlung kann der Wechselstrom direkt ins öffentliche oder privat genutzte Stromnetz eingespeist werden.

Solarenergie reduziert unsere Stromrechnungen. Schätzungen ergeben, dass der durchschnittliche Haushalt 50 % seines monatlichen Energiebedarfs mit einem eigenen Solarsystem decken kann. Die Solarstromerzeugung ist klimafreundlich, benötigt keine Brennstoffe, sie ist dezentral und lässt sich gut mit anderen Energien kombinieren.

Bei der Nutzung Solarenergien muss man auch einige Nachteile sehen: Solarenergie benötigt Tageslicht, da Solarzellen in der Nacht keinen Strom erzeugen können. Ebenso kann ihre Funktion durch mögliche Hindernisse, wie Schmutz und Schnee auf der Oberfläche eingeschränkt werden. Das Hauptproblem der Solarzellen ist jedoch der hohe Anschaffungspreis.

Es sei betont, dass die geografische Lage der Ukraine günstig für die Umsetzung von Solarenergieprojekten ist. Die Anzahl der Sonnentage ist ein grundlegender Faktor für die wirtschaftlichen Aussichten von Solarprojekten. Dies gilt besonders für die Südukraine. Die im August 2017 verabschiedete Energiestrategie sieht bis 2035 den Anstieg des Anteils der regenerativen Energien an der gesamten Stromproduktion auf mehr als 25 Prozent vor. Der Großteil des zusätzlichen grünen Stroms soll dabei von Solarkraftanlagen kommen. Das Marktforschungsunternehmen Pro-Consulting geht davon aus, dass der Anteil erneuerbarer Energie bis 2035 höchstens auf 15 Prozent steigen wird. Der staatliche Stromnetzbetreiber „Ukrenergo“ rechnet in seinem Entwicklungsplan 2020 bis 2029 mit dem Anstieg der Kapazitätsauslastung der Solarenergie bis 2029 auf 6,2 Gigawatt.

Eines der Hauptprojekte ist ein Solarpark in der Nähe von Tschernobyl. Die Kapazität des Solarkraftwerkes beträgt 1 Megawatt, wobei sich die jährliche Stromerzeugung der Anlage auf 1.024 Megawattstunden beläuft. Dieses Solarkraftwerk wurde innerhalb von nur 5 Monaten in Betrieb gesetzt (von Oktober 2017 bis Februar 2018). „Solar Tschernobyl“ ist ein gemeinsames Projekt des deutsch-ukrainischen Konsortiums „Rodina — Enerparc AG“. Das Ziel des Projektes sei es, in den verschmutzten Gebieten von Tschernobyl erneuerbare Energien zu produzieren. Das Konsortium hat nach eigenen Angaben eine Million Euro in den Solarpark investiert und erstrebt die Erhöhung der Solarstromerzeugung auf 100 Megawatt. Dieses Konsortium hat bereits viele Projekte in der Ukraine durchgeführt. Beispiele: Bohuslaw (54 Megawatt), Tschyhyryn (55 Megawatt), Kamjanka (32 Megawatt) und andere.

Der größte Investor in erneuerbare Energien in der Ukraine ist „DTEK Renewables“, eine Tochter des Stromkonzerns DTEK (des größten Unternehmens des Landes). Im März 2019 hat „DTEK“ in Nikopol (im Gebiet Dniepropetrowsk) das Solarkraftwerk „SOLAR FARM–1“ in Betrieb gesetzt. Mit der Kapazitätsauslastung von 246 Megawatt ist es das zweitgrößte Solarkraftwerk in Europa, nach dem größten Solarkraftwerk Europas mit 300 Megawatt in

Frankreich. Generalauftragnehmer war die „China Machinery Engineering Corporation“. Die Baukosten beliefen sich auf 216 Millionen Euro. Die Sonnenkollektoren kamen auch von den chinesischen Herstellern.

Darüber hinaus spielen internationale Geber eine wichtige Rolle bei der Finanzierung von Projekten. Allein die Europäische Bank für Wiederaufbau und Entwicklung (EBWE) stellt der Ukraine im Rahmen „Sustainable Energy Lending Facility III“ insgesamt 250 Millionen Euro für die Projektförderung im Solarsektor zur Verfügung. Der größte ukrainische Produzent ist die Firma „KNESS“, die im Februar 2019 in Winnyzja das erste Werk zur Produktion von Solarmodulen mit der Jahreskapazität von 200 Megawatt eröffnet hat. Künftig soll die Fabrik auf 400 Megawatt ausgebaut werden. Im Rahmen eines Darlehensvertrags mit der Europäischen Bank für Wiederaufbau und Entwicklung baute „KNESS“ drei eigene Solarkraftwerke: Daschiw, Pohrebyschtsche und Petraschiwka Solarfarmen mit einer Gesamtkapazität von 33,9 Megawatt.

Das Potential der Nutzung von Sonnenenergie ist enorm und noch lange nicht ausgeschöpft. Die Forschung und Entwicklung auf dem Gebiet der Solarenergie führt nicht nur zu mehr Effizienz, den höheren Wirkungsgrad und Kostensenkungen, sondern bringt auch interessante Innovationen hervor, die es ermöglichen, Solarstrom an den ungewöhnlichsten Orten und in verschiedenen technischen Varianten zu gewinnen. Theoretisch ist es möglich den Energiebedarf der Ukraine durch alternative Energien zu decken, wenn diese im Verbund genutzt werden. Zusammenfassend kann man sagen, dass die technischen Möglichkeiten zur Nutzung erneuerbarer Energien existieren und weiterentwickelt werden sollen. Nun liegt es an den politisch Verantwortlichen, entsprechende Entscheidung zu treffen.

References:

1. Meadows, D. u.a., Die Grenzen des Wachstums. Bericht des Club of Rome zur Lage der Menschheit, Stuttgart 1972, Online — Ausgabe, URL: https://www.1000dokumente.de/pdf/dok_0073_gwa_de.pdf.
2. NeueStudie der Lappeenranta University of Technology und der Energy Watch Group. Global Energy System based on 100% Renewable Energy — Power Sector [elektronischeRessource], Online — Ausgabe, URL: http://energywatchgroup.org/wp-content/uploads/2017/11/Full-Study-100-Renewable-Energy-Worldwide-Power-Sector.pdf.
3. Ukrainische Assoziation von erneuerbare Energien. Stromerzeugung aus erneuerbaren Energien in der Ukraine [elektronische Ressource]. — 2019. — Online — Ausgabe, URL: https://uare.com.ua/images/stat2019UARE06ukr.pdf.

ПЛАТФОРМА 2
СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО СЕРЕДОВИЩА

Голіонко К. Д.
«Міжнародна економіка та менеджмент», 3 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри міжнародних фінансів Лавріненко О. В.

СВІТОВА ФІНАНСОВА КРИЗА 2020 РОКУ: ПРИЧИНИ І ВИКЛИКИ

Актуальність. Розвиток сучасного світового суспільства характеризується обов'язковою наявністю як етапів зростання, так і періодів спаду економічної динаміки. Останніми десятиліттями ми бачимо підтвердження такого патерну для всіх без виключення країн світу. Особливо загострюються періоди спаду економічними та фінансовими кризами. Так відбулось у 1997 рр., 2007–2009 рр. і очевидно зараз у 2020 році. Наслідки таких фінансових криз призводять компанії та країни в цілому як до збитків та фінансовихвтрат, так і до переосмислення їх діяльності.

Метою нашого дослідження є уточнення детермінант, які властиві фінансовим кризам, що вже були відомі світовому співтовариству, а особливо очікуваній у 2020 році кризі, спровокованій наслідками пандемії коронавірусу.

Результати дослідження. З аналітичних звітів світових компаній щодо фінансових криз минулих років ми можемо визначити групи факторів, які найбільше впливають на розвиток фінансових рецесій.Такими групами є передовсім фактори економічного, політичного та соціального характеру [1].

Численні дослідження причин виникнення фінансової кризи, як правило, зводяться до одного висновку — країна з потужною економікою переоцінила власніможливості. І внаслідок взаємопов'язаності країн світу фінансова криза закритого характеру однієї країни поширюється практично на всі інші країни.

Так, світова фінансова криза 2008 року є не що інше, як наслідок внутрішньої кризи в США. У 2007 році в США вибухнула іпотечна криза, коли кредитний бум, своєю масою непогашених кредитів, став єдиноюпричиноюкраху банківської системи Америки. Тоді домовласники втратили близько 20% вартості свого житла, тому що ціни на житло стрімко падали.

Економічна ж криза, що завжди виникає поряд з фінансовою, є наслідком ряду факторів і настає у разі, якщо:

1. Збільшується дисбаланс між виробництвом товарів і попитом;
2. Збільшується випуск нових грошових коштів, не підкріплених золотим запасом, що приводить до втрати їх вартості — знецінювання грошей;
3. Збільшується відсоток непогашених кредитів [2].

Таким чином, можна стверджувати, що наявність вищенаведених факторів економічної кризи є також ознакою появи фінансового спаду.

Проаналізувавши дані Оксфордського інституту економічної політики можна засвідчити коливання світового ВВП протягом названих вище фінансових криз, та передбачити прогнозований спад ВВП внаслідок пандемії у 2020 році. (рис. 1).

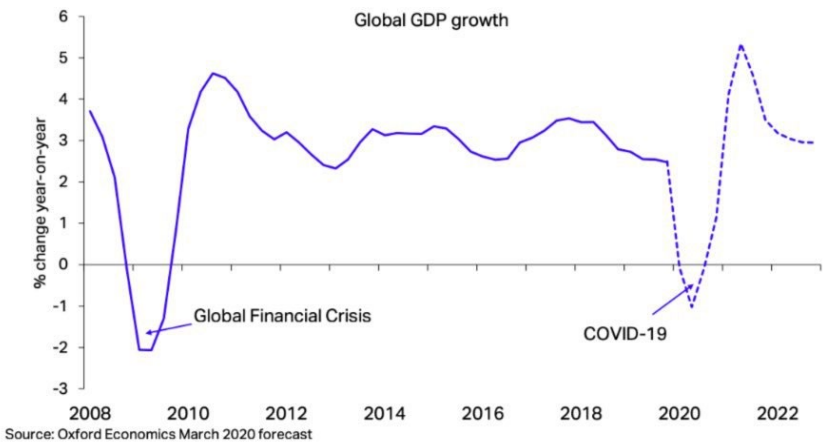


Рис. 1. Динаміка світового ВВП у 2008–2022 рр.

Окремим детермінантом появи всесвітньої фінансової кризи є помилки у політиці центральних банків (наявність/відсутність бюджетного стимулювання), стан цінового шоку (наприклад, на ринку сировини), а також створення «бульбашок» на ринку активів. До останніх можна віднести й зростання до небезпечного рівня боргового навантаження на домогосподарства, корпорації та державні фінансові установи в цілому.

Крім того, наявність військового конфлікту (збройного, торговельного тощо) у країні, яка є домінуючою економікою світу також сприяє появі фінансової кризи, оскільки такі конфлікти відволікають і ресурси, і увагу керівництва країни на його вирішення.

За даними Світового Банку, останні 50 років глобальні рецесії відбувалися раз на десятиліття, причому з моменту останнього спаду 2009 року минуло рівно десять років [3].Згідно з попереднім аналізом організації існували декілька істотних передумов для фінансової рецесії 2020 року [4]:

- по-перше, політика бюджетного стимулювання США (провідної країни світу) була вище потенційного рівня (2%). До 2020 року такі стимули зменшилися; помірне бюджетне гальмування викликало зниження темпів зростання ВВП з 3% до менш, ніж 2%.Таке стимулювання було проведено на думку фахівців невчасно, тому економіка США почала перегріватися, а інфляція перевищила цільовий рівень;
- по-друге, інфляція підвищується і в інших ключових країнах, водночас додатковий інфляційний тиск створюють ціни на нафту, які зростають. Така динаміка означає, що інші найбільші центральні банки країн підуть шляхом Федеральної резервної системи США (ФРС), аби нормалізувати власну монетарну політику, що може призвести до скорочення глобальних обсягів ліквідності і вимагатиме підвищення процентних ставок;
- по-третє, в результаті підписаних у 2019 році торгівельних угод між США та Китаєм, європейськими країнами, Мексикою, Канадою та іншими очевидне уповільнення економічного зростання і ріст інфляції.

Таким чином, можна зауважити, що уже були наявні багато передумов прийдешньої кризи. І на відміну від 2008 року, коли у влади були політичні інструменти, необхідні для запобігання вільного падіння, наразі загальний рівень боргу вищий, ніж під час попередньої кризи, тому прогнозувалися серйозні для глобальної фінансової системи наслідки. А наявність світової пандемії (Covid-19), за свідченням Міжнародного валютного Фонду (МВФ) [5], сприяє утворенню рецесії навіть гіршої, ніж у 2007-2008 рр.

Загальновідомо, що фінансова криза включає такі явища, як обвальне падіння валютних курсів, різке підвищення відсоткових ставок, криза грошового обігу, боргова криза та інші.

На сьогоднішній день несподіване розповсюдження коронавірусу уже спричинило обвал міжнародного фінансового сектору (наприклад, індекс Доу Джонса засвідчив рекордне падіння з 1987 року (рис. 2)[8]), девальвацію української гривні, різке зниженнявартості акцій. Багато країн, намагаючись пом’якшити наслідки майбутньої кризи та підтримати локальну економіку, пропонуютьдешеві кредити (Англія), запроваджують податкові пільги (Китай, Італія, Німеччина та інші країни)абощо.

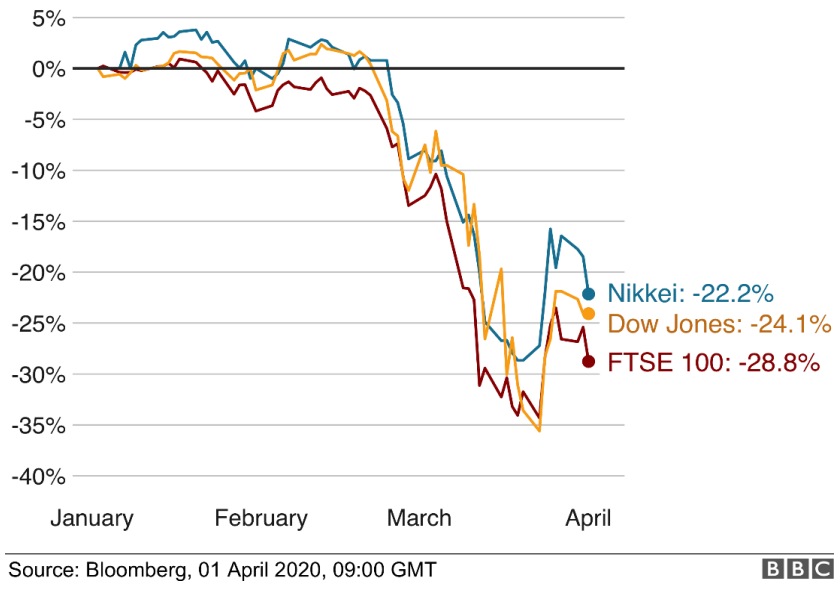


Рис. 2. Вплив коронавірусу на міжнародний фондовий ринок

Однак, за підрахунками експертів, наслідки від фінансової кризи 2020 року найбільше відобразяться на тих країнах, які були найбільше залученні у міжнародну фінансову систему — це насамперед США, європейські країни, Китай та Японія.

Особливою загрозою для України у боротьбі з коронавірусом та очікуваною фінансовою кризою, на відміну від більш розвинених країн, є недостатнє фінансове забезпечення, значні і невідкладні вимоги кредиторів, неможливість достатнього самозабезпечення необхідними медичними товарами та обладнанням у разі різкого посилення епідемії. Однак у фінансовому плані Україна є менш вразливою, оскільки країна не є активним учасником у міжнародній фондовій та фінансовій діяльності.

Основною фінансовою загрозою країни, на думку експертів, у 2020 році є неотримання траншу від МВФ, внаслідок чого Україна може опинитися у стані дефолту. Проте у разі успішної реалізації усіх вимог МВФ та отримання позики, втрати України від кризи можуть бути нижче ніж в інших країнах. [6]

Висновки. За класичними підходами регулярні, закономірно повторювані кризи є неодмінною фазою циклічного розвитку будь-якої системи. Кожна криза має схожі ознаки та чинники, що мимогли спостерігати у 2008–2009 р., і які були наявні протягом 2019–2020 рр. Серед таких чинників найбільш значущими для держав є економічні, фінансові, соціальні та політичні. Зрештою, аналізуючи передумови фінансової кризи 2020 року, зазначимо, що вона не була несподіванкою.Однак вияв і посилення всесвітньої пандемії Covid-19стало таким каталізатором, який посилив і заглибив кризові явища у більшості країн світу. Причому сьогодні сама пандемія досі не вщухла.

На сьогоднішній день більшість країн є вже у скрутному фінансовому становищі. Наслідки України наразі остаточно не зрозумілі, проте за умови проведення ефективних дій по боротьбі з пандемією, в першу чергу, а також введення підтримуючих економічних та соціальнихантикризових заходів, держава може, як мінімізувати втрати від коронавірусу, так і фінансові збитки у порівнянніз іншими розвиненими країнами.

Література:

1. Мозговий О. М. Міжнародніфінанси / О. М. Мозговий, Т. В. Мусієць, Л. В. Руденко-Сударєва. — Київ: КНЕУ, 2016. — 515 с. — (5).
2. Из-за чего происходит кризис [Електронний ресурс]. — 2013. — Режим доступу до ресурсу: http://www.fingramota.org/teoriya-finansov/rynki/item/267-iz-za-chego-proiskhodit-krizis.
3. ЯК СТВОРЮЄТЬСЯ СВІТОВА ЕКОНОМІЧНА КРИЗА 2020 РОКУ [Електронний ресурс]. — 2018. — Режим доступу до ресурсу: https://www.volynnews.com/news/analytics/yak-stvoriuyetsia-svitova-finansova-kryza-2020-roku/.
4. Экономический кризис — 2020: Какие последствия для Украины и как с этим справиться [Електронний ресурс]. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: https://zik.ua/ru/blogs/ekonomicheskiy_krizis_2020_kakie_posledstviya_dlya_ukrainy_i_kak_s_etim_spravitsya_962014.
5. МВФ: криза через коронавірус може стати глибшою за рецесію 2008 року [Електронний ресурс]. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: https://glavcom.ua/news/mvf-kriza-cherez-koronavirus-mozhe-stati-glibshoyu-za-recesiyu-2008-roku-667922.html.
6. Коронавірус й наслідкиекономічноїкризи [Електронний ресурс]. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: https://zik.ua/blogs/koronavirus_i_naslidky_ekonomichnoi_kryzy_yes_mozhe_prypynyty_isnuvannia_ale_mozhut_ziavytysia_i_novi_rehionalni_soiuzy_962399.
7. Каккоронавирусможетускоритьпришествие мирового экономическогокризиса [Електронний ресурс]. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: https://delo.ua/econonomyandpoliticsinukraine/apokalipsis-koronavirus-kak-katalizator-mirovog-365850/.
8. Coronavirus: A visual guide to the economic impact [Електроннийресурс]. — 2020. — Режимдоступудоресурсу: https://www.bbc.com/news/business-51706225.

Мироненко А. І.
«Міжнародна економіка», 3 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н, доцент, професор кафедри міжнародних фінансів Мусієць Т. В.

ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ НА ГЛОБАЛЬНИЙ ФІНАНСОВИЙ РИНОК

Швидке географічне поширення коронавірусу COVID-19 та високий рівень забруднення — майже 1,5 млн інфекцій у 210 країнах світу станом на 8 квітня — поширили страх по всій планеті та підірвали глобальну економічну активність. Фінансові ринки зазнали великого тиску, волатильності та невизначеності через COVID-19. Наприкінці лютого та практично весь березень 2020 року світові ринки акцій знаходились у вільному падінні. Інвестори, природно, стурбовані, і фондові ринки у всьому світі зазнали десятків трильйонів доларів збитків за один лише місяць, який став найгіршим місяцем на ринках з моменту фінансової кризи 2008 року.

Як вдарила пандемія коронавірусу по провідним світовим фондовим ринкам? Як цей крах порівнюється з попередніми падіннями ринку? Скільки часу буде потрібно ринкам, щоб відновитися? Які останні прогнози глобального економічного зростання, яке, безумовно, повинно постраждати через спалах COVID-19?

Незважаючи на те, що спалах нового коронавірусу розпочався у грудні 2019 року, фінансові ринки не відреагували одразу, оскільки було мало інформації про те, як довго він може тривати, чи зможе Китай швидко його стримати та запобігти його поширенню в інші країни та ризики що таке поширення охопить і глобальну економіку. Із поширенням COVID-19 по всьому світу, було лише питанням часу, коли фондові ринки відреагують на нову небезпеку. Крах нарешті стався на тижні, що закінчився 28 лютого, коли провідні фондові ринки світу зіткнулися з найгіршим тижнем після фінансової кризи 2008 року.

Фондовий ринок відреагував на пандемію COVID-19 тривожною мінливістю, оскільки торговці панічно продавали через страх. Американські акції втратили майже 12%, і 3,5 трильйони доларів було стерто для акцій, що зареєстровані в США. FTSEта Nikkei побачили величезні падіння з початку спалаху 31 грудня. Світовий індекс MSCI, який відстежує майже 50 країн, знизився на понад 1%, коли Європа відкрилася, і майже на 10% за тиждень — найгірший показник з жовтня 2008 року.

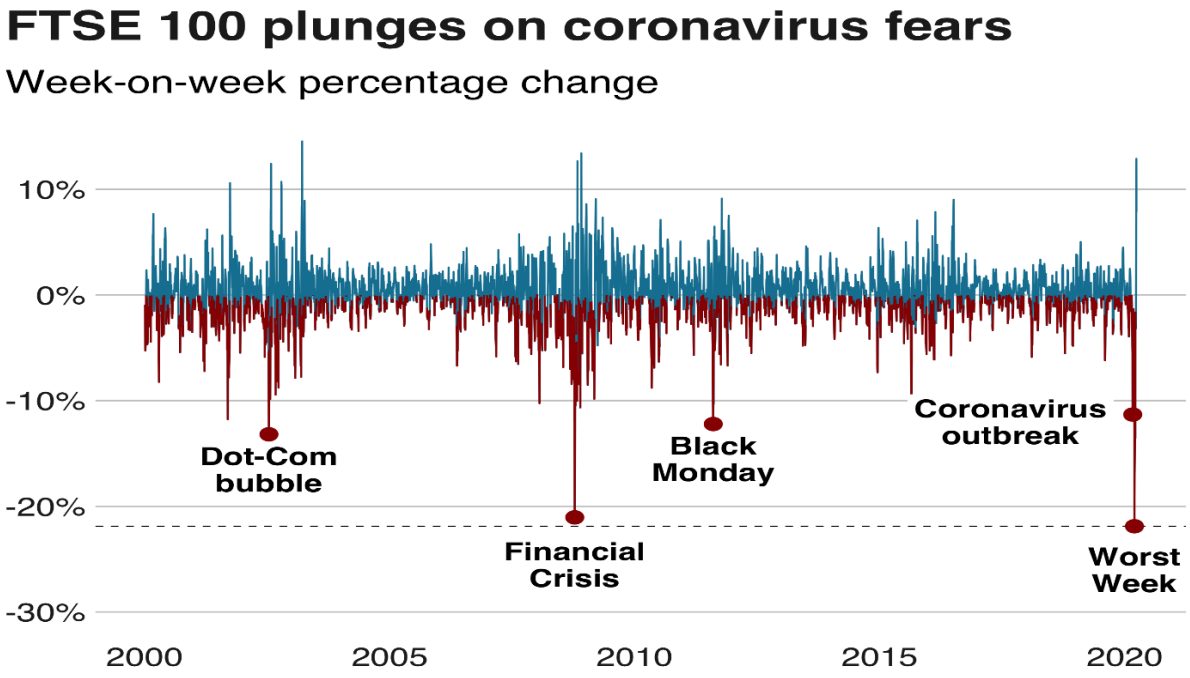


Рис. 1. Динаміка індексу FTSE

Частка європейських акцій скоротилася приблизно на 1,5 трильйона доларів США — найгірший тижневий результат з моменту фінансової кризи 2008 року. Азійські акції також зазнали значних втрат. Китайські акції "Шеньчжень" призвели до втрат серед основних ринків в регіональному масштабі, оскільки вони значно знизилися. The Shenzhen componentбув на 4,8 % нижчим. The Shanghai compositeзнизився на 3,71 %. Індекс HangSeng у Гонконзі впав на 2,42 %.

В березні ситуація погіршилася ще більше. Після краху ринку 19 жовтня 1987 року, під час якого DowJones опустився на 22,6%, Комісія з цінних паперів та бірж США зобов'язала створити загальновиробничі вимикачі, щоб запобігти повторенню даної ситуації. З тих пір вони спрацювали лише один раз у 1997 році перед тим, як спрацювати чотири рази в цьому березні. S&P 500 спрацював на автоматичних вимикачах рівня 1 протягом робочого дня 9, 12 і 16 березня в результаті падіння на 7% в порівнянні з попереднім закриттям і спрацював пізніше 18-го. Торгівля на Dow і Nasdaq також припиняється, коли на S&P 500 спрацьовує автоматичний вимикач.DowJones і S&P 500 спостерігали падіння через невизначеність навколо світової пандемії коронавірусу, в той час як Чиказький індекс волатильності обміну постійно збільшувався з середини лютого, коли вірус почав поширюватися по всьому світу. Коронавірус створив таку невизначеність у всьому світі, що два з найбільших одноденних падінь індексу DowJonesIndustrialAverage припали на березень 2020 року.

Такі падіння спричинені тим, що, раптово, інвестори повинні були перерахувати майбутнє для економіки і майбутнє для корпоративних прибутків та різко знизити свої показники. Далі вони прагнули продати найбільш ліквідні активи. В основному це були великі компанії, які входять до індексу S&P 500. S&P 500 мав своє найшвидше падіння в історії під час загальноринкового спаду. Для порівняння, коли лопнула мильна бульбашка в 2000 році, S&P 500 впав на 49 % майже за 2 роки. Фінансова криза 2007–2009 років призвела до падіння майже на 60 % всього за рік. Пандемія коронавірусу вже показала падіння ринку майже на третину — всього за один місяць. Цей крах виявився таким швидким, тому що це був просто неймовірний шок. Фінансова криза 2008 року розвивалася поступово, тоді довгі 18 місяців поступали лише погані новини. Але зараз інвестори просто невстановлювали ціни через ризик пандемії. І, звісно, уряди ніколи не впроваджували щось на зразок ізоляції глобальної економіки, яку вони впровадили на цей раз. Тому це не те, до чого люди були готові.

У спробі зупинити поширення смертельного вірусу, підприємства змушені були зачинитися, а місцеві жителі ізолюватись в своїх домівках в безпрецедентному масштабі по всьому світу. Це в свою чергу визвало унікальну економічну кризу, вплив якої буде дуже серйозним, особливо на деякі галузі.

Інвестори побоюються, що поширення коронавірусу призведе до руйнування економічного зростання, і таких дій урядів може бути недостатньо, щоб зупинити спад. Для стабілізації ринків, а також економічної діяльності центральні банки у всьому світі вирішили втручатися різними способами для надання необхідної фіскальної підтримки. Центральні банки багатьох країн знизили процентні ставки. Це, теоретично, повинно здешевити запозичення та заохотити витрати до стимулювання економіки. Світові ринки також відновились після того, як сенат США прийняв законопроект про надання 2 трлн. доларів на допомогу працівникам і бізнесу. Але деякі аналітики попереджають, що вони можуть бути мінливими, поки пандемія не буде стримана.

Щодо МВФ та Світового банку, то вони невідкладно випустили спільну заяву, де заявили про готовність допомогти "вирішити людську трагедію та економічний виклик", поставлений вірусом.Європейський центральний банк заявив, що «готовий» відреагувати на ознаки уповільнення, і китайські чиновники схвалили фінансування в розмірі 500 млрд юанів ($ 71 млрд) для надання менш дорогих кредитів малим підприємствам, які намагаються відновити свою діяльність.

Незважаючи на всі ці підтримуючі заходи економічна ситуація в усьому світі погіршується. У Сполучених Штатах кількість людей, які подали заяви на безробіття, досягла рекордно високого рівня — 10 мільйонів чоловік за 2 тижні. Ці цифри виглядають приголомшливими: тисячі ресторанів та готелів, а можливо, і багато авіакомпаній ніколи не повернуться до платоспроможності, а також багато розважальних установ, таких як казино та кінотеатри, та широкий спектр іншого малого бізнесу від авторемонту до будівництва. Так звана гігова економіка мільйонів самозайнятих працівників починає занепадати. В Європі ситуація не краща. Італія на межі економічної рецесії, в Іспанії 3,5 мільйона чоловік стали безробітними в березні, а у Великій Британії на вірус захворів прем'єр-міністр Борис Джонсон. Ситуація, яка сформувалась за останні кілька місяців абсолютно безпрецедентна й жахлива.

Якщо пандемія частково винна в ринкових втратах через неоднозначність, пов'язану з економічними наслідками спалаху, то, на думку деяких аналітиків, значна корекція ринку в будь-якому випадку була запізнілою, оскільки деякі акції були переоцінені, і для збалансування були потрібні коригування. Спалах коронавірусу був просто іскрою, яка запалила вогонь.

На даний момент пандемія продовжує поширюватися і, таким чином, розповсюджує страх і підриває економічну активність. Чи повториться історія, і ми станемо свідками коригування в найближчі 6-12 місяців? Або на цей раз все буде інакше?

Немає однозначної відповіді, тільки час покаже. На жаль, найбільші побоювання ще попереду, особливо щодо глобального економічного зростання. ОЕСР попереджає, що ескалація спалаху може скоротити зростання світового ВВП на 1,5 %, на половину зростання, що прогнозується у 2,9 %, і відправити деякі економіки в рецесію.

Література:

1. Coronavirus: A visual guide to the economic impact [Електронний ресурс] // BBC News. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: https://www.bbc.com/news/business-51706225.
2. Coronavirus' impact on financial markets [Електронний ресурс] // Refinitiv. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: https://www.refinitiv.com/perspectives/market-insights/coronavirus-impact-on-financial-markets/.
3. The impact of coronavirus on the financial markets [Електронний ресурс] // The Conversation. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: http://theconversation.com/the-impact-of-coronavirus-on-the-financial-markets-133183.
4. Mad March: how the stock market is being hit by COVID-19 [Електронний ресурс] // World Economic Forum. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: https://www.weforum.org/agenda/2020/03/stock-market-volatility-coronavirus/.
5. Covid-19: how bad will it be for the economy? [Електронний ресурс] // The Economist. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: https://www.economist.com/.

Іоніцой Є.
«Міжнародна економіка», 3 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
Університет імені Вадима Гетьмана»
Науковийкерівник — к.е.н., доцент кафедри
міжнародних фінансів Машина Ю. П.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ФІНАНСОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ АГРАРНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ

У наш час сільськогосподарське виробництво є одним з найважливіших секторів національної економіки. В 2019 році частка аграрного сектору в структурі ВВП становила 10,1 %, або 360,8 млрд грн у фактичних цінах. При цьому сума експорту аграрної продукції була на рівні 18,6 млрд дол. США або 39,4 % від сукупного українського експорту[1]. Сільське господарство забезпечує робочими місцями близько 17,6 % від зайнятого населення України. Тому дослідження світового досвіду фінансового регулювання аграрного виробництвата його імплементація дозволить підвищити конкурентоспроможність вітчизняного АПК.

Наближеною до української економіки є економіка Польщі. Основу аграрного сектору цієї країни становлять мікро-господарства, середній розмір яких на сьогодні становить близько 7 га. В країні є і великі господарства, які обробляють площу, що перевищує 100 га, але їх вкрай мало — лише 9 % від загальної кількості господарств. Тому імплементація досвіду налагодження системи фінансового регулювання аграрного сектору буде перевагою для підвищення конкурентоздатності вітчизняного АПК.

Щорічний ріст виробництва продукції сільського господарства в Польщі становить 20 %. Такому динамічному розвитку агросектору країни сприяв вступ Польщі в ЄС. Рентабельність польського сільського господарства сьогодні знаходиться в межах 40–50 %. Кожен гектар в середньому забезпечує прибуток в 3–4 тис. злотих (750–1000 євро). В даний час в Польщі працює 80 банків. Між ними існує висока конкуренція. Багато з них кредитують сільське го-

сподарство, але лише 3 банки спеціалізуються у цій сфері. Держава підтримує перш за все розвиток. По кредитам на інвестиції, які банки надають на строк 10 років, держава компенсує половину процентної ставки. Існує також пільгове кредитування — у випадку, коли фермер погашає лише 3 %, а залишок суми процентної ставки банку повертає держава.

Щодо Європи, то у 2019 р. Євросоюз направив на прямі виплати фермерам 42,5 млрд євро, 3,34 млрд євро — на інвестиції і підтримку ціни на деякі сільгосптовари, ще 353 млн і 254 млн євро пішли, відповідно, на розвиток ветеринарії і фітосанітарного контролю. В бюджеті Євросоюзу на 2020 р. (його загальний розмір — 168,96 млрд євро) на підтримку сільського господарства і розвиток сільських територій закладено 58,58 млрд євро, в тому числі 40 млрд євро — на прямі виплати фермерам і 14 млрд. євро — на розвиток сільських територій. При тому, що на розвиток транспорту Євросоюз витратив 1,6 млрд євро, на підтримку наукових досліджень — 5,4 млрд євро, на культуру та освіту — 2,69 млрд євро.

В Україні ключовим стимулюючим фінансовим механізмом регулюванням аграрного сектору є система оподаткування. Державна підтримка сільському господарству надавалася переважно у вигляді податкових пільг (93 % від загального об'єму підтримки у 2016 р.), зокрема через спеціальний режим оподаткування ПДВ і єдиний податок 4-ї групи (до 2016 р. — фіксований сільськогосподарський податок). Варто відмітити, що з 1 січня 2017 р. відбулися зміни в оподаткуванні аграрного сектору та було скасовано спеціальний режим оподаткування ПДВ діяльності у сільському господарстві та відбувся перехід на загальну систему [3]. Це скасування призвело до того, що в Україні зараз працює лише трохи більше 32 тис. фермерських господарств, в яких зайнято біля 93 тис. людей. При цьому фермерські господарства виробляють тільки біля 8 % сільгосппродукції країни, а їх працівники становлять всього 3,2 % від працюючих в галузі і 0,7 % сільського населення.

Ще одним не менш важливим фінансовим механізмом регулювання є грошово-кредитна політика держави. Власні кошти підприємств сектору АПК є головним джерелом для інвестування (69,4 % в минулому році), кредитна підтримка від банків за доступною ціною була б вкрай корисною і необхідною. Але банківський кредит по суті припинив виконувати роль ефективного джерела фінансування АПК. Так, частина банківських ресурсів у фінансуванні інвестицій аграрного сектору на протязі 2016–2018 рр. упала з 16,1 % до 7,1 %, тобто майже у 2 рази [4]. Поряд з цим подібні вкладення переважно не носять довгостроковий характер, необхідний для комплексного здійснення інвестицій. За даними НБУ, у 2016 р. тільки 20 % об'єму кредитних засобів, які були залучені підприємствами сільського господарства, були видані на строк більше 5 років.

Відсутність вільного обігу землі, нестабільність законодавчих та політичних умов призводить до суттєвого зниження реальної вартості на землі сільськогосподарського призначення, а отже і вартості застави під кредит. В бюджеті України на 2020 р. на розвиток агропромислового комплексу передбачено 4,4 млрд. грн, що становить всього 0,74% від витратної частини бюджету, а на підтримку фермерських господарств — 1,0 млрд грн або 0,1% від витратної частини[5]. Слід відмітити, що існуючий фінансовий механізм управління розвитком аграрного сектору не відповідає вимогам принципів та критеріїв фінансового регулювання та вимагає відповідного удосконалення. Основними негативними характеристиками такого механізму є орієнтація переважно на прямі методи фінансового впливу шляхом прямого бюджетного фінансування чи надання субсидій з бюджету конкретним суб'єктам господарювання. Крім того, застосування названих бюджетних інструментів має безсистемний та вибірковий характер, причому селективний підхід у фінансовій підтримці базується далеко не на науково-обгрунтованих критеріях та показниках, що їх визначають [6].

Для досягнення максимального стимулюючого ефекту необхідна комплексна та ефективна взаємодія усіх складових механізму фінансового регулювання аграрного сектору економіки України.

Рекомендації

Враховуючи досвід роботи аграрного сектору країн ЄС (державна підтримка, дотації і т.д.), де основою галузі є фермерські господарства і на їх основі спілки і кооперативи (корпорації), рекомендуємо:

1) удосконалення системи мікрокредитування (в першу чергу малих господарств) — збільшити фінансову підтримку підприємств агропромислового комплексу через здешевлення кредитів(часткове погашення відсоткової ставки);

2) покращення інвестиційного клімату України та розширення практики гарантування та страхування з боку держави інвестиційних проектів;

3) використання форвардних та ф'ючерсних угод в аграрному секторі України;

4) надання податкових пільг малим і середнім фермерським господарствам;
5) створення та підтримання кооперативного руху;
6) впровадження практики погектарної виплати субсидій;
7) капіталізація субсидій у вартість земельних ділянок (після прийняття Закону «Про ринок землі»).

Література:

1. Річний звіт «Агро бізнес у 2019 році» [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://bakertilly.ua/news/id47159.
2. [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://ec.europa.eu/eurostat.
3. Організаційно-економічні інструменти державної аграрної політики в Україні. — К.:НІСД, 2012. — 31 с.
4. Державний комітет Статистики України.– /Режим доступу: http://www.ukr.stat.gov.ua/.
5. Офіційний вісник України[Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/b19/page25/sp:max100?lang=uk.
6. Зеленський А.В. Сучасний стан та основні проблеми аграрного сектору економіки України / А.В. Зеленський // Актуальні питання сучасної економіки: матеріали VII Всеукраїнської наукової конференції. — Умань: УНУС, 2015. — С.55–56.

Кіяшко І. Р.
«Міжнародна економіка», 3 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
Науковий керівник — старший викладач кафедри міжнародних фінансів Зінченко Ф. А.

ВЕНЧУРНЕ ІНВЕСТУВАННЯ: ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД ТА ВІТЧИЗНЯНІ РЕАЛІЇ

Вступ та визначення проблеми.Сучасний рівень розвитку країни в першу чергу залежить від масштабів інноваційної діяльності, тому здатність упроваджувати ризикові та інноваційні ідеї та відкрита підтримка новітніх проектів є запорукою успіху та головним джерелом економічного зростання країни. Досвід розвинених країн показує, що використання та вдосконалення нетрадиційних джерел інвестування стає дієвим механізмом для створення нових та модернізації існуючих виробництв на основі розвитку технологій. Одним із таких напрямів є венчурне інвестування, що дає можливість розв'язати проблему дефіциту фінансових коштів у високотехнологічному секторі.

Проте, розвиток венчурного фінансування інноваційних проектів в Україні знаходиться на початковій стадії, оскільки венчурні фонди не відповідають світовим реаліям та не мають достатніх інвестиційних можливостей. Україна продовжує мати статус країни, в якій значну частку займають сировинні галузі промисловості та практично не створені умови для ефективного функціонування венчурних фондів. Саме тому, питання розвитку вітчизняного венчурного інвестування та перейняття світового досвіду є вкрай актуальним.

Мета дослідження. Метою дослідження є узагальнений аналіз сучасного стану вітчизняного венчурного інвестування та обґрунтування векторів його розвитку з урахуванням закордонних тенденцій, а також дослідження проблемних аспектів та перспектив розвитку української венчурної індустрії.

Методи дослідження. В роботі було використано різні загальнонаукові методи дослідження, а саме: діалектичний та абстрактно-логічний методи, метод експертних оцінок та прогнозування, метод аналізу та синтезу, метод порівняння.

Огляд фахової літератури.Дослідженню питання розвитку венчурного бізнесу в розвинених країнах світу, а також теоретичних та практичних аспектів венчурного інвестування присвячено чимало праць як закордонних, так і вітчизняних учених. Зокрема, цю проблематику вивчають такі вчені, як І. Кузнєцова, В. Замлинський, В. Нежиборець, І. Кочешкова, П. Гулькіна, Н. Зябрева, С.Ф. Лазарєва, Л. Малюта, А. Бабій, А. Колесніков, О. Рожко, Н. Трушкіна, Т. Рябоволик, Л. Антонюк, Н. Краус, Є. Мордань, Ю. Макогон, О. Орлюк, Л. Федулова та ін.

Однак, незважаючи на наукову та практичну цінність опублікованих праць, все ж в них недостатньо висвітлено проблеми та перспективи розвитку венчурного бізнесу в Україні. Вдало регульовані фінансові відносини в інвестиційній діяльності є фундаментом розвитку інноваційної діяльності. В зв'язку з мінливістю розвитку економік країн світу, у тому числі України, дане питання є досить актуальним на сьогоднішній день. Тому, відсутність належної уваги та достатньої кількості наукової бази в цьому питанні зумовлює крайню необхідність подальших досліджень.

Результати дослідження.Сьогодні венчурний бізнес займає провідне місце у світовій інвестиційній індустрії. Завдяки можливості високоприбуткового розміщення капіталу, світова спільнота активно використовує можливості венчурних інструментів для розвитку власного сектору економіки та загального підвищення прибутковості активів. Світовий досвід чітко даєзрозуміти, що інститут венчурних інвестицій відіграє одну з ключових ролей в активізації інноваційних процесів та прискоренні структурних трансформацій економіки, що створює сприятливі умови для реалізації перспективних високотехнологічних проектів.

Венчурний капітал у світі використовується переважно для фінансування компаній із високим потенціалом росту, тому й відіграє важливу роль у забезпеченні конкурентоспроможності промисловості в цілому. Це пояснює той факт, що країни із розвинутим ринком венчурного фінансування (США, Японія, Німеччина, Великобританія, Нідерланди, Сінгапур, Ізраїль та ін.) виступають як найбільш великі експортери продукції, виробленої із застосуванням високих технологій. Статистика говорить, що розміри світового ринку венчурних інвестицій показують постійний ріст. Загалом, в 2010 році було зафіксовано 8239 угод загальною вартістю в 47,6 млрд дол. США, а в 2019 році — 32776 угод на суму близько 294,8 млрд дол. США [7].Таким чином, ми бачимо, що за останні 10 роківобсяги ринку зрослив кілька разів.

Говорячи про Україну, формування індустрії венчурного інвестування розпочалося в 1992 р. Першим вітчизняним венчурним фондом став фонд «Україна», який вклав близько 10 мільйонів доларів США в 30 національних компаній. Проте, сьогодні в Україні функціонує 885 фондів з венчурним капіталом. Станом на початок 2020 року, частка України на глобальному ринку становить 0,1 %, тобто близько 300 млн дол. США [8]. Серед найбільш активних венчурних фондів, які розглядають можливості інвестування в Україні, можна виділити наступні: TA Venture, ImperiousGroup, AVenturesCapital, DetonateVentures, ChernovetskyiInvestmentGroup, DekartaCapital, VostokVentures, GlobalTechnologyFoundation.

Варто зазначити, що український ринок венчурного інвестування істотно відрізняється від закордонних. На світовому ринку основними сферами інвестування венчурного капіталу є виробництво напівпровідників, електронних новинок, комп'ютерної техніки, біотехнологій, інформаційної безпеки, а в перспективі знаходиться розробка нанотехнологій. В Україні ж найпривабливішими сферами для інвестицій є будівництво, переробка с/г продукції, харчова промисловість та роздрібна торгівля. Отже, ми бачимо основну відмінність українських фондів від зарубіжних: більшість з них використовуються як інструмент та оптимізації оподаткування в будівельному, фінансовому та аграрному секторах.

Аналізуючи світовий досвід функціонування венчурних фондів, можна виділити декілька чинників, що сприяють розвитку венчурного бізнесу, такі як: наявність науково-освітньої бази та потужного дослідницького сектора, розвиненість фінансових інститутів та ринків страхового та пенсійного секторів, наявність активно функціонуючого фондового ринку, політична та макроекономічна стабільність, стале економічне зростання, стабільний попит з боку держави та приватного сектора на наукові дослідження та розробки. В Україні більшість з зазначених факторів мають суперечливий характер, оскільки сьогодні венчурній бізнес перебуває лише на стадії раннього розвитку, маючи певні специфічні риси, що зумовлені нестабільною політичною та економічною ситуацією в країні.

Висновки та пропозиції.Отже, як ми бачимо, венчурний бізнес в Україні знаходиться на стадії становлення. Для подальшого розвитку йому необхідне подальше удосконалення законодавчої бази та державної політики у галузі венчурного фінансування. Також, не менш важливим є перейняття найкращих аспектів закордонного досвіду в питанні державного впливу та регулювання венчурного інвестування. Основними стримуючими факторами розвитку цієї індустрії в Україні можна вважати: недостатньо сильну законодавчу базу, низька прозорість бізнесу, погіршення загальної ситуації в секторі наукових знань, брак дійсно «якісних» проектів у сфері венчурного інвестування, недостатню кількість джерел венчурного інвестування та дію обмежень щодо залучення коштів фізичних осіб.

В зв’язку з цим, для підвищення власної конкурентоспроможності на світовому ринку венчурного фінансування Україні слід якомога швидше усунути гальмівні фактори шляхом низки завдань. Зокрема, мова йде про фундаментальне посилення законодавчої бази (а саме, охарактеризувати термін «венчурний бізнес», визначити його суть та надати увагу функціям та принципам діяльності справжніх венчурних фондів та венчурних фірм), залучення до науково-технічної сфери приватного капіталу, формування ефективної системи захисту прав на інтелектуальну власність та інших результатів наукової діяльності, здійснення модернізації вітчизняної промисловості шляхом створення високотехнологічних виробництв. Тому, лише після проведення ряду реформ Україна стане дійсно вагомим світовим гравцем у сфері венчурного інвестування та зможе залучити в свою економіку значний венчурний капітал, що дасть змогу підвищити власну конкурентоспроможність та нарешті позбутися сировинної орієнтації національного господарства.

Література:

1. Рябоволик Т.Ф., Стратан В.В.: Проблеми та перспективи розвитку венчурного бізнесу в Україні [Електронний ресурс] / Рябоволик Т.Ф., Стратан В.В. — 2018. — Режим доступу до ресурсу: http://economics.kntu.kr.ua/pdf/33/7.pdf
2. Мордань Є.Ю., Відменко Ю.В., Кобець Ж.О.: Венчурне інвестування в Україні та світі: сучасні тенденції та особливості розвитку [Електронний ресурс] / Мордань Є.Ю., Відменко Ю.В., Кобець Ж.О. –2018. — Режим доступу до ресурсу: http://market-infr.od.ua/journals/2018/17_2018_ukr/65.pdf
3. Крауc Н. М. Становлення інноваційної економіки в умовах інституціональних змін : монографія / Крауc Н. М. — Київ : Центр учбової л-ри, 2015. — 596 с.
4. Затонацька Т.: Світовий досвід формування державної інвестиційної політики та механізмів їх реалізації [Електронний ресурс] /Затонацька Т. — 2014. — Режим доступу до ресурсу: https://cyberleninka.ru/article/n/svitoviy-dosvid-formuvannya-derzhavnoyi-investitsiynoyi-politiki-ta-mehanizmiv-yiyi-realizatsiyi/viewer
5. Орлюк. О.:Венчурне фінансування: світова практика та вітчизняні реалії [Електронний ресурс] / Орлюк О. — 2007. — Режим доступу до ресурсу: http://www.ndiiv.org.ua/Files2/2007_6/7.PDF
6. Носова Є.А, Могге Д.Б: Сучасний стан та особливості функціонування венчурних інвестиційних фондів в Україні [Електронний ресурс] / Носова Є.А, Могге Д.Б. — 2017. — Режим доступу до ресурсу: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5491
7. Jason D. Rowley:The Q4/EOY 2019 Global VC Report: A StrongEndTo A Good, ButNotFantastic, Year [Електронний ресурс] / Режим доступу до ресурсу:https://news.crunchbase.com/news/the-q4-eoy-2019-global-vc-report-a-strong-end-to-a-good-but-not-fantastic-year/
8. KPMG. Аналіз частки України в глобальному ринку венчурних інвестицій [Електронний ресурс] / KPMG — Режим доступу до ресурсу: https://nv.ua/ukr/biz/finance/kpmg-ocinila-chastku-ukrajini-v-globalnomu-rinku-venchurnih-investiciy-novini-ukrajini-50035009.html.

Печенюк К. В.
«Міжнародні економічні відносини», 5 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
Університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — д.е.н, доцент,
завідувач кафедри європейської економіки і бізнесу Федірко О. А.

ЕКОНОМІЧНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО УКРАЇНИ З КРАЇНАМИ ЄС

Європейський Союз (ЄС), міжнародна організація, що включає 27 європейських країн та реалізує спільну економічну, соціальну та політику безпеки. Спочатку обмежившись Західною Європою, на початку 21 століття ЄС здійснив потужне розширення в Центральній та Східній Європі. Вважаючи на те, що нові країни-члени ЄС отримали значний стимул до економічного розвитку після приєднання до цього інтеграційного угрупування, Україна обрала євроінтеграційний вектор економічного розвитку [1].

Проблема дослідження: Недостатній рівень готовності технологічної бази України до виготовлення продуктів з високою доданою вартістю та експорту їх на європейський ринок.

Мета: обґрунтувати шляхи стимулювання експорту українських товарів з високою доданою вартістю до ЄС на основі аналізу моделей і стратегій розвитку співробітництва ЄС та України.

Актуальність. За останні два десятиліття світова торгівля та виробництво стали все більш організованими навколо глобальних ланцюгів вартості, залучення до яких обумовлює збільшення зайнятості та сприяє економічному зростанню. Щоб отримати прибуток від участі у ланцюгу вартості, країни повинні запровадити відповідну торговельну та інвестиційну політики. Відповідно, в контексті розвитку глобальних ланцюгів вартості виникає потреба в стимулюванні експорту товарів з вищою доданою вартістю.

Методи дослідження. Автором застосовано такі методи, як аналіз причинно-наслідкових зв'язків, ретроспективно — дослідницький метод, математико-статистичний аналіз.

Огляд літератури. Серед науковців, які займались дослідженнями двосторонньої і багатосторонньої торгівлі, слід відзначити праці С. Беренда, С. Бракмана, І. Гужви, О. Іващенка, О. Кніста, В. Молсковіна, І. Приходька, Н. Резнікової, К.Хамільтона, О. Шниркова, Дж. Хансена та багатьох інших.

За видами міжнародної торгівлі з точки зору диверсифікації номенклатури товарів розрізняють внутрішньогалузеву і міжгалузеву торгівлю між країнами. Внутрішньогалузева торгівля виникає, коли виробляються диверсифіковані товари, які відносяться до однієї галузі (товарної групи). З огляду на сучасні теоретичні погляди, на прикладі, торгівлі між Україною та ЄС, можна висунути гіпотезу, що чим ближче країни за рівнем економічного розвитку та розміром економіки, тим більше внутрішньогалузева торгівля переважає міжгалузеву у загальній структурі торгівлі.

Україна і країни ЄС мають різну структуру експорту, яка відбиває, в свою чергу, різні структури економік. Україна є експортером первинної сировини, і продуктів низького рівня переробки, а в замін отримує кінцеві продукти, на приклад: нафтохімія високого ступеня переробки й високотехнологічні продукти. Аналогічна ситуація спостерігається за товарною групою 44 (деревина і вироби з деревини, деревне вугілля) Україна натомість отримує кінцеву продукцію, за товарною групою 62 (одяг та додаткові речі до неї, текстильні, крім трикотажних) Україна має перевагу в експорті цієї продукції.

Негативна риса зовнішньоекономічної стратегії України полягає в тому, що недостатньою є питома вага експорту продукції кінцевого споживання та продукції з високою доданою вартістю. Незадовільним є також і те, що імпортуючи значні обсяги енергетичних ресурсів, Україна використовує їх переважно для виробництва первинної сировини та напівфабрикатів, реалізуючи їх майже без прибутку для власної економіки, та ситуація майже не змінюється з моменту отримання незалежності України.

Угода про асоціацію є головним інструментом для зближення України та ЄС [2], сприяючи:

- більш глибоким політичним зв'язкам;4
- міцнішим економічним зв'язкам;
- зосередженню увагина повазі до загальних цінностей [3].

Загальна торговельна картина між ЄС та Україною є наступна:

За статистичними даними Державної служби статистики України, Європейський Союз утримував свою позицію як ключового торгового партнера України у 2018 році з часткою 41,1 % від загального обсягу торгівлі України.

Протягом 2018 року загальний обсяг торгівлі товарами та послугами між Україною та ЄС склав 49 317,1 млн дол. США. Український експорт до країн ЄС становив 23 032 млн дол. США, що перевищує обсяги попереднього року на 14,3 %. Імпорт з країн ЄС у 2018 році становив 26 285,1 млн дол. США, що на 12,7 % більше, ніж за попередній рік. У двосторонній торгівлі залишилось від'ємне сальдо в розмірі 3 253,1 млн дол. США.

Найбільшими торговими партнерами України серед країн ЄС у 2018 році були: Німеччина (18,1 %), Польща (14,7 %), Італія (9,8 %), Угорщина (6,1 %), Нідерланди (5,5 %), Великобританія (5,1 %) та Франції (4,6 %).

Основними імпортерами української продукції в цей період були: Польща (14,9 %), Італія (11,9 %), Німеччина (11,3 %), Нідерланди (7,8 %), Угорщина (7,4 %), Іспанія (6,2 %) та Великобританія (4,9 %).

За експортом з ЄС в Україну лідерами були Німеччина (24,2 %), Польща (14,5 %), Італія (7,9 %), Франція (6,1 %), Великобританія (5,3%), Угорщина (5,0 %), Чехія (4,1 %) та Нідерланди (3,5 %).

Обсяг торгівлі товарами між Україною та ЄС у 2018 році збільшився на 13,1 % і склав 43 341,3 млн дол. США. Експорт товарів склав 20 158,5 млн дол. США (на 15 % більше), а імпорт — 23 182,8 млн дол. США (зростання на 11,5 %) [4].

Таблиця 1

ОСНОВНИМИ ТОВАРНИМИ КАТЕГОРІЯМИ УКРАЇНСЬКОГО ЕКСПОРТУ ДО ЄС БУЛИ:

Провідні статті товарного експорту України до ЄС	*Провідні статті товарного імпорту до України з ЄС*
чорні метали (18,4 % в експорті до ЄС)	котли, машини та механічні пристрої (13,9 % n імпорту з ЄС);
електричні машини та обладнання (11,8 %);	паливо, нафта та продукти його перегонки (13,7 %);
зернові (11,0 %);	засоби наземного транспорту (9,6 %);
руди, шлаки та зола (9,0 %);	електричні машини та обладнання (8,2 %);
насіння та плоди олійних культур (5,8 %);	фармацевтична продукція (6,1 %);
жири та олії тваринного або рослинного походження (5,7 %);	пластмаси, полімерні матеріали (6,0 %).
деревина та вироби з дерева (5,2 %).	

Прикладом отримання високої доданої вартості в українській промисловості можна назвати агробізнес. У вітчизняному агробізнесі традиційно високу додану вартість реально отримати не просто від вирощування соняшнику, ріпаку та інших прибуткових культур на товарні цілі, а передусім в процесі подальшої їх переробки на олію, шрот та інші продукти наступного переділу — маргарин, жири, а для ріпаку — це може бути, крім шроту і олії, дизельне біопаливо та гліцерин. Також досить високу додану вартість можна отримати від виробництва наукоємного насіннєвого матеріалу. Тобто вирощувати насіннєвий матеріал сільськогосподарських культур і продавати його завжди вигідніше, ніж просто використовувати на товарні цілі. Зокрема, умовна додана вартість 1 т імпортованого насіннєвого зерна кукурудзи порівняно з вітчизняним експортом її на продовольчі і кормові потреби становить близько $3462. Найменшою є умовна додана вартість 1 т ячменю — $94,9. Досить високу умовну вартість має жито — $2550,7 [5].

Висновок

Для українського суспільства європейська ідея — це можливість вибрати більш привабливу модель розвитку, яка має чіткі соціально-економічні переваги порівняно з іншими регіональними моделями. Водночас, готовність рішуче йти цим шляхом наразі безпосередньо залежить від дій влади та активного ставлення громадянського суспільства. Крім того, сьогодні гібридна війна Росії проти України перетворила європейську ідею практично на єдиний варіант у середньостроковій перспективі.

Література:

1. Matthew J. Gabel. ENCYCLOPEDIA BRITANNICA European Union EUROPEAN ORGANIZATION [Електронний ресурс] / Matthew J. Gabel. — 2019. — Режим доступу до ресурсу: https://www.britannica.com/topic/European-Union/Creation-of-the-European-Economic-Community.
2. European integration [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://mtu.gov.ua/en/timeline/Evrointegraciya.html.
3. How the EU is supporting Ukraine [Електронний ресурс]. — 2015. — Режим доступу до ресурсу: https://www.europanu.nl/id/vju4rbpx9yy7/nieuws/how the eu is supporting ukraine?ctx=vi4vbv1tpls3.
4. Trade-economic cooperation Ukraine-EU [Електронний ресурс]. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: https://ukraine-eu.mfa.gov.ua/en/2633-relations/torgovelno-ekonomichne-spivrobitnictvo-ukrayina-yes/pokazniki-torgovelno-ekonomichnogo-spivrobitnictva-ukrayina-yes
5. Де можна отримати високу додану вартість в агробізнесі? [Електронний ресурс]. — 2018. — Режим доступу до ресурсу: http://agro-business.com.ua/agro/ekonomichnyi-hektar/item/9806-de-mozhna-otrymaty-vysoku-dodanu-vartist-v-ahrobiznesi.html.

Попсуй Л. В.
«Міжнародні економічні відносини», 5 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри
європейської економіки і бізнесу Чужиков А. В.

МЕДІА ІНДУСТРІЯ: ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ТА ВПЛИВ НА ІНШІ ГАЛУЗІ

Медіа індустрія як галузь вважається порівняно новою, оскільки вона набула розквіту лише в останні 20–30 років. Активність у вивчення медіа індустрії лише починала зароджуватись у 50-х ХХ-го століття. Більш глибокі дослідження починали проводитись з 60-х років[1] в загальнотеоретичному та соціокультурному аспектах, а не як сектору економіки, із специфічними рисами та крос-галузевим характером. Лише на межі ХХ–ХХІ ст. вивчення медіа стало більш відокремленим. Дослідження фокусувались також на розвитку креативності, процесах створення продукту, менеджменті компаній, конкурентному лідерстві та особливостях регуляторного поля. Тобто новий етап ХХІ століття виокремив медіа як галузь підприємницької діяльності, з власними бізнес-моделями та значними перспективами.

Середньорічні темпи торгівлі основними товарами медіа індустрії зростання є досить високими (Рис. 1) і це означає, що індустрія розвивається і має ще поле для розвитку.

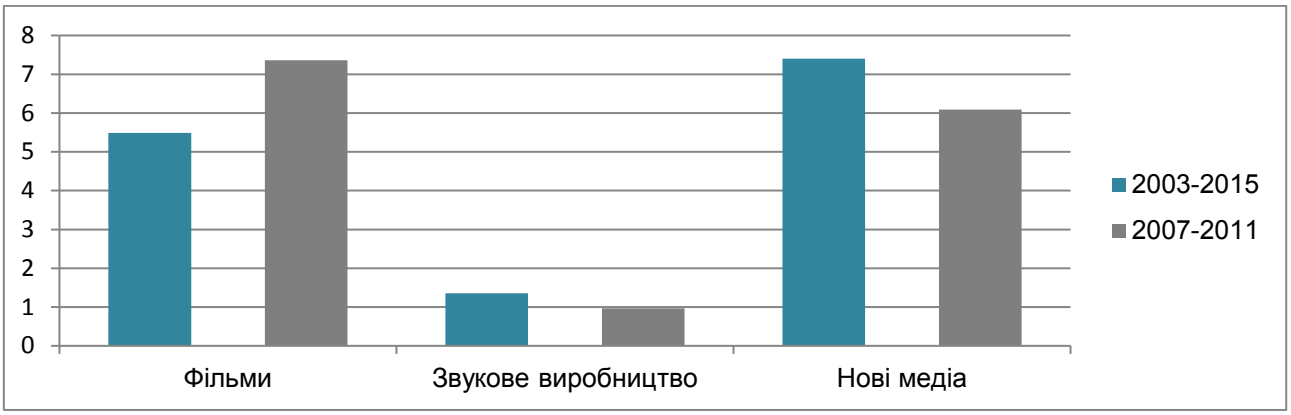


Рис.1. Щорічні темпи зростання експорту товарів медіа індустрії за видами, 2002–2012 рр.[4].

Проте далеко не всі підгалузі медіа індустрії мають такий потенціал. Для цього можна розглянути динаміку торгівлі деякими товарами медіа індустрії на прикладі країн ЄС:

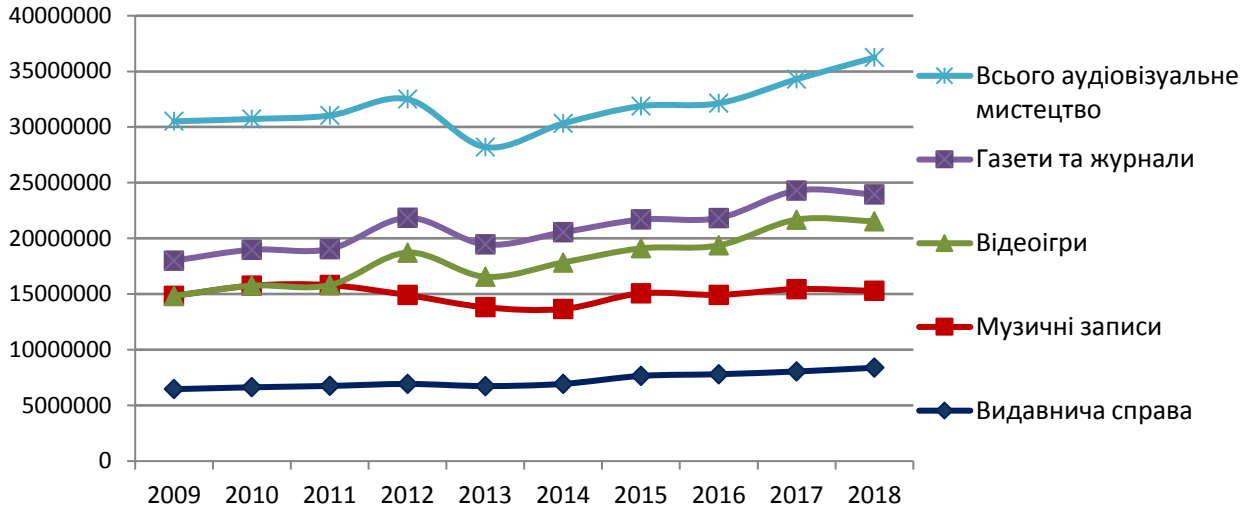


Рис. 2. Експорт товарів медіа індустрії країнами ЄС, 2009–2018, тис. євро[5]

Вартість товарів медіа індустрії, що експортуються з одного з найрозвиненіших регіонів світу, має постійну тенденцію до зростання, незалежно від того, про яку підгалузь йде мова. Загальною тенденцією є повільніші темпи зростання традиційного медіа, наприклад видавничої справи. Проте, поруч з цим демонструються досить високі темпи зростання інших секторів, як відеоігри та друковані ЗМІ. Наприклад за останні 5 років обсяги експорту відеоігор зростали у середньому на 8,4% щорічно. Фактично, за даними статистики можна зробити висновок, що нове медіа починає захоплювати медіа індустрію, все більше трансформуюючи її. Також варто зазначити, що саме такі підгалузі, як наприклад відеоігри, внесли зміни навіть до назви галузі, назвавши її галуззю медіа та розваг[3].

Іншим фактором, що змінив медіа індустрію як галузь, стала поява так званого нового медіа[2], до якого найчастіше відносять рекламу, різноформатні блоги у соціальних мережах, додатки та веб-сайти. Ці види медіа з'явились на межі з іншими галузями. Значною мірою це пов'язано із розвитком інформаційно-комунікаційних технологій, а також інтернету. Динаміка розвитку ІКТ (Рис. 3) свідчить про те, що у всіх країнах, навіть з найнижчим рівнем доходів відбувається перехід суспільства до цифрового світу, що змінює як всю економіку в цілому, так і медіа індустрію, породжуючи для неї нові форми та підгалузі.

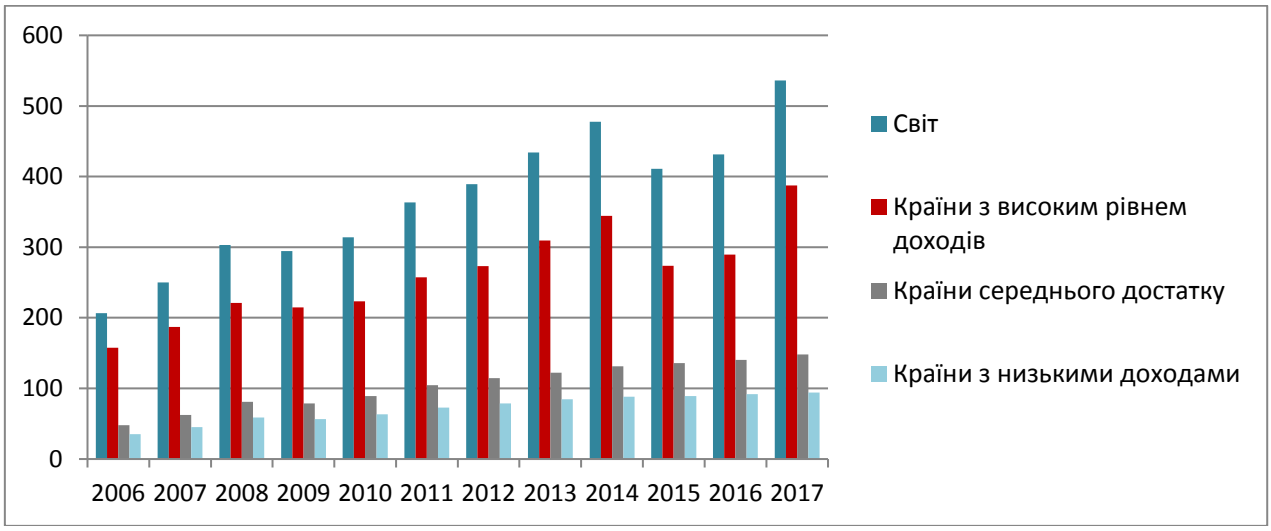


Рис. 3 Експорт ІКТ[6], млрд дол.

Досить стрімкий розвиток ІКТ у поєднанні з новими галузями медіа, починає змінювати і традиційні підходи до бізнесу. Недаремно все більше і більше підприємств починають використовувати соціальні мережі для ведення і розвитку свого бізнесу (рис. 4). До того ж, ступінь цього використання часто не залежить від розміру бізнесу, що його використовує.

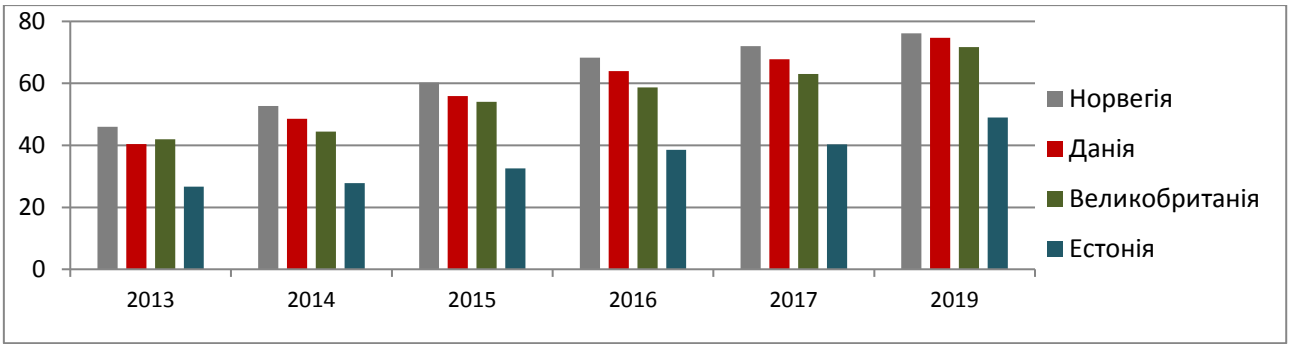


Рис. 4. Бізнес, що використовує соціальні мережі у своїй діяльності[7], % від загальної чисельності

Розвиток медіа індустрії ще не зупинився і тому як суспільству, так і підприємствам необхідно інтегрувати переваги від його використання. З іншого боку, він стає дедалі більше залежати від інших галузей, адже саме вони дають поштовх для появи нових підгалузей всередині індустрії. Вдосконалення та урізноманітнення засобів медіа дає поштовх для розвитку та пошуку нових граней в інших галузях. У зв'язку з цим необхідно також проводити широку державну політику з медіа освіти громадян, оскільки воно стає невід'ємною частиною усіх сфер життя.

Література:

1. P. Anderson S. Handbook of Media Economics [Електронний ресурс] / S. P. Anderson, J. Waldfogel. — 2015. — Режим доступу до ресурсу: http://dl.icdst.org/pdfs/files/65ecc870f8e2dd89d0430aecfe45c907.pdf. С. 3–17.

2. What is the media industry? [Електронний ресурс] // BBC — Режим доступу до ресурсу: https://www.bbc.co.uk/bitesize/guides/zqrdxsg/revision/3.

3. Обзор индустрии развлечений и медиа: прогноз на 2019-2023 годы [Електронний ресурс] // ПрайсвотерхаусКуперс Консультирование. — 2019. — Режим доступу до ресурсу: https://www.pwc.ru/ru/publications/media-outlook/mediaindustriya-v-2019.pdf.

4. Growth rates of creative industries related goods exports and imports, annual, 2002–2015 [Електронний ресурс] // UNCTAD — Режим доступу до ресурсу: javascript:OnReportClick (12407,1,116436).

5. Intra and extra-EU trade in cultural goods by product [Електронний ресурс] // Eurostat. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=cult_trd_prd&lang=en.

6. ICT service exports [Електронний ресурс] // The World Bank — Режим доступу до ресурсу: http://api.worldbank.org/v2/en/indicator/BX.GSR.CCIS.CD?downloadformat=excel

7. ICT Access and Usage by Businesses:Businesses using social media [Електронний ресурс] // Oraganisation for economic co-operation and development — Режим доступу до ресурсу: https://stats.oecd.org/#.

Усатюк М. Ю.
«Міжнародні економічні відносини», 5 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри європейської економіки і бізнесу Чужиков А. В.

ВПЛИВ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ НА ІНДУСТРІЮ МЕДІА

На сьогоднішній день досить важко уявити собі життя без високих технологій, а в особливості — мережі Інтернет. В порівнянні з попередніми тисячоліттями, з їх розвитком людське життя значно змінилося, модифікувалися і людські потреби, задоволення яких тепер потребує пошуку та використання більш сучасних інструментів. Прогрес у технологіях залишив свій відбиток на багатьох сучасних індустріях, особливо на одній з найближчих та залежних від аудиторії — індустрії медіа.

Прогрес дає поштовх до змін у будь-якій індустрії та у будь-якій галузі, що відкриває величезні можливості для переходу на новіші засоби передачі інформації. Як мінімум, оцифру-

вання інформації кинуло виклик сектору традиційного медіа, що створило хоч і відносно нову, але досить плідну тему для подальшого вивчення. Отже, метою мого дослідження є виявлення змін, що прийшли в індустрію медіа з розвитком діджиталізації. Отримані результати дослідження зможуть підняти питання змін в індустрії та спонукатимуть експертів до детальнішого розгляду їх як таких.

Дане питання є досить новим, отже конкретної літератури щодо цього поки не написали. Так чи інакше, близькими дослідженнями займалися користувачі в мережі Інтернет: Мері Мікер з агентства Bond пролила світло на сучасні тенденції трансформації медіа в інтернеті, агентство GlobalWebIndex вказало на спад популярності телебачення і перетворення його на фоновий супровід щоденних справ, а Девід Чаффі зі Smart Insights приділив увагу зростаючому сегменту соціальних мереж, відмітивши активне користування ним з боку сучасних людей. Прийшла і моя черга скомбінувати ці знання.

Перш за все, діджиталізація призвела до поповнення традиційної класифікації складових медіаіндустрії. З розвитком технологій та підключенням суспільства до Інтернету, як відомо, стали популярними соціальні мережі, як комфортний засіб зв'язку та шанс тримати контакт навіть на великій дистанції. Принцип дії таких мереж не змінився, а отже розписувати його сенсу немає. Ми всі і так його прекрасно знаємо, адже 3 484 млрд людей по всьому світу (приблизно 45% населення планети) станом на 2019 рік ними активно користуються [1]. Велика аудиторія в свою чергу породила власні медіа, що адаптувалася під новий формат комунікацій: в рамках соціальних мереж з'явилися текстові та відеоблоги різних спрямувань, контент став ще більше орієнтованим на аудиторію, адже отримувати зворотній зв'язок також стало простіше, а бар'єри для входу в творче коло були відсутні. Стало легше і підбирати рекламний матеріал під потенційного споживача, адже профілі у соціальних мережах зачасту містять не лише базові дані, а й інформацію про персональні вподобання, використання якої допомагає надавати лише цікавий суб'єктові контент.

Розвиток технологій також привніс до класифікації ще одну важливу категорію — інтерактивні розваги, або якщо простіше, то ігри. Досить велику та прогресуючу категорію, адже чисельність геймерів зростає з кожним роком: з 2014 по 2018 рік їх число з 1,7 мільярдів збільшилося до 2,4 [2, слайд 89], а у 2019 році вже налічувало 2,5 млрд людей [3]. З розвитком сегменту онлайн-ігор трансформувалася і їх суть: розробники багатокористувацьких ігор додали до свого ігрового процессу соціальну складову, тобто гравці не лише грають, а й спілкуються через вбудовані текстові та голосові чати, розміщують медіаконтент через внутрішньоігрові міні-соцмережі (тенденція сучасних мобільних ігор жанру MMORPG) та проводять трансляції власного ігрового процесу (функція «спостереження за грою»). Такі модифікації призвели до того, що інтерактивні розваги вийшли за рамки традиційного свого поняття і стали класифікуватися (наприклад, у Люсі Кюнг [4], або у BBC [5]) як частина індустрії медіа.

Прогрес приніс із собою також і такі нові процеси, як «медіа-конвергенція», тобто процес взаємопоєднання між собою ІКТ, медіа-сервісів та комп'ютерних мереж [6]. Розвиток її повів за собою низку явищ: злиття провідних медіахостингів з технологічними гігантами, «трансмедіальне мовлення» (явище представлення та поширення контенту на різних медіаплатформах, як, наприклад, розповсюджена нині у вигляді фільмів, книжок та ігор франшиза «Зоряних Воєн») і поява так званих «журналістів із громадян» [6] (наприклад, блогерів з великою популярністю серед аудиторії чи інших людей, що ведуть інформаційні сторінки без наявності журналістської освіти чи акредитації). Донесення інформації та контенту різних форм до відома суспільства стало простішим, швидшим, універсальнішим та більш цільовим завдяки інструментарію нових технологій, а особливо — мережі Інтернет.

Досить неоднозначно прихід діджиталізації вплинув на традиційні медіа, а саме на друковані видання, телебачення та радіомовлення. Функції, що вони виконували, були перенесені у цифровий формат, склавши вагому конкуренцію споконвічним категоріям: радіо замінили подкасти (ті ж радіопрограми, але в Інтернеті) та онлайн-плеєри, традиційне телебачення з часом поступалося додаткам для перегляду серіалів (наприклад, Netflix) та інтернет-ТБ, а друковані газети та журнали відступили перед цифровими копіями. Цифрові аналоги привабили аудиторію своєю доступністю у будь-який час, універсальністю щодо відображення (адже цифровий документ чи веб-сторінку можливо відкрити як з комп'ютера, так і з портативного приладу) і можливістю модифікації під інтереси (простіше кажучи, людина здатна обирати для себе саме ті продукти, що цікавлять її персонально, не витрачаючи часу та грошей на решту), а це в свою чергу занепокоїло традиційні медіа і мотивувало змінюватися та перебудовуватися.

Цікавою тенденцією можна назвати те, що при загальному скороченні використання традиційних джерел, телебачення ще тримає свої позиції. Одразу виникає питання щодо причин, які стоять за цим явищем, відповідь на яке, за даними дослідження від статистичного агентства GlobalWebIndex виявилася простою та логічною: більшість користувачів телебачення зазвичай займаються переглядом інших джерел, коли вмикають свої телевізори [7]. Це може бути спілкування шляхом переписок, читання новин, гра в ігри тощо. Тобто, увага споживача цим джерелом здобувається не повністю, а отже, на мою суб'єктивну думку, телебачення на сьогоднішній день повільно перетікає у фоновий шум, аніж у повноцінне джерело інформації.

Підсумовуючи вищесказане, зроблю висновок, що науково-технічний прогрес та діджиталізація внесли суттєві зміни у структуру та суть основних категорій медіа: в певних випадках модернізувавши вже існуючі (як відбулося з сектором преси), в інших — створивши нові категорії у класифікаціях (інтерактивні розваги, соціальні мережі). Можна навіть сказати, що ці процеси стали тим самим необхідним поштовхом для розвитку життєздатних підгалузей медіа, одночасно відфільтрувавши застарілі. Завдяки новим технологіям покращився зворотній зв'язок, частково знизилися бар'єри для входу в індустрію, а можливість фільтрування контенту за інтересами спростила доступ нового матеріалу до цільової аудиторії. Можна сказати, що цифрові джерела та Інтернет приблизили індустрію до своїх споживачів, зробивши потрібну аудиторії інформацію легшою у доступі, фільтрованою під інтереси та адаптивною під потреби аудиторії, що у підсумку можна назвати вигідним та позитивним впливом. Отже, решті традиційних медіа також слід адаптуватися до цифрової епохи та приймати науково-технічний прогрес задля кращого доступу до аудиторії.

Література:

1. Dave Chaffey. Global social media research summary 2020 / Smart Insights [Електронний ресурс] — Режим доступу: https://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media-research/
2. Mary Meeker. Trends of the Internet / Bond [Електронний ресурс] — Режим доступу: https://www.bondcap.com/report/itr19/#view/title
3. Tom Wijman. The Global Games Market Will Generate $152.1 Billion in 2019 as the U.S. Overtakes China as the Biggest Market / Newzoo [Електронний ресурс] — Режим доступу: https://newzoo.com/ insights/articles/ the-global-games-market-will-generate-152-1-billion-in-2019-as-the-u-s-overtakes-china-as-the-biggest-market/
4. Lucy Küng (2008). Strategic Management in the Media: Theory to Practice. SAGE — Режим доступу: https://books.google.com.ua/books?id=PnsIAxZDGlEC&printsec=frontcover
5. Industries overview / BBC [Електронний ресурс] — Режим доступу: https://www.bbc.co.uk/ bitesize/guides/zqrdxsg/revision/1
6. Terry Flew. Media convergence / Encyclopaedia Britannica [Електронний ресурс] — Режим доступу: https://www.britannica.com/topic/media-convergence
7. Damian Radcliffe. 10 essential media stars from October 2019 / What's New In Publishing [Електронний ресурс] — Режим доступу: https://whatsnewinpublishing.com/10-essential-media-stats-from-october-2019/

Кукса Д. В.
«Міжнародна економіка», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри європейської економіки і бізнесу, Лещенко К. А.

ЦИРКУЛЯРНА МІГРАЦІЯ ЯК ПЕРСПЕКТИВА ДЛЯ УКРАЇНСЬКОЇ МІГРАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ

Постановка проблеми. Міграція робочої сили є одним з наслідків глобалізації. Україна не є винятком у даному процесі, оскільки люди мають багато причин для міграції в країни з кращим рівнем доходу та захищеності. У свою чергу міграційні процеси мають негативний вплив на демографічну та економічну ситуацію в країні, оскільки значна кількість українців залишається на постійне місце проживання закордоном. Таким чином встановлення причин, напрямків і цілей міграції за допомогою статистичних методів надасть можливість впровадити виважену політику у сфері регулювання міграційних потоків.

Актуальність теми. Міграція несе низку переваг та недоліків, проте саме циркулярна має на меті максимізувати позитивні наслідки та мінімізувати негативні. Тема циркулярної міграції є достатньо актуальною на сьогодні, особливо у ситуації, яка склалась в умовах карантину. Економіки країн світу багато втратили за останні два місяці, багато мігрантів були повернені додому, Україна не є винятком, тому тема трудової міграції займає пріоритетні місця. **Мета** дослідження полягає в огляді концепції циркулярної міграції та оцінці її перспектив для України.

Методи дослідження. В дослідженні застосовуються загальнонаукові прийоми, що ґрунтуються на системному підході, а також такі загальні методи досліджень, як порівняння та узагальнення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Поняття циркулярної міграції розглядали А.Д. Ранвейг та К. Ньюленд [3], вони зосереджували увагу саме на практичному досвіді країн, зокрема країн-членів ЄС, які є найбільш активними учасниками даного виду міграції. А також дослідниці визначили переваги та недоліки циркулярної міграції як для соціально-економічного розвитку країн-донорів, так і для країн-реципієнтів.

У свою чергу українська дослідниця О. Малиновська [4] розглядає циркулярну міграцію, як поняття в контексті транснаціонального соціального простору. Також вона розглядає циркулярну міграцію як перспективну модель міграційного менеджменту, що допомагає врегулювати імміграцію та запобігати виникнення нелегальної міграції в країнах світу.

Виклад основного матеріалу. На сьогодні міграційна політика залежить від багатьох факторів, найважливішими з яких є особливості міграційної ситуації в країні. Водночас, посилюється глобальна взаємозалежність, а також вироблення загальноприйнятих стандартів у сфері міграційної політики у багатьох державах, а саме їх риси і напрями.

Експерти у сфері міграції вже довгий час у пошуках інструментів правильного та доцільного способу щодо збільшення позитивних наслідків міграції та мінімізації негативних. Кращий ефект від тимчасових та циркулярних переміщень було визначено ще у 2003 році Глобальною комісією ООН, яка встановила, що циркулярна міграція може створити позитивні перспективи як для країни-реципієнта, так і для країни-донора [1]. У той же час, Міжнародна організація міграції також закликала країни призначення відкрити більше можливостей для регулярно повторюваної міграції, що відбувається в рамках двосторонніх угод з країнами походження, а також заохотити мігрантів до даної моделі переміщень. Світовий банк вплинув на це, дійшовши висновку, що регульована циркулярна міграція може сприяти розвиткові торгових та інвестиційних зв'язків між країнами. З урахуванням попередніх рекомендацій Глобальним форумом з міграції та розвитку було приділено значну увагу циркулярній міграції як найбільш перспективній політичній моделі стосунків між країнами походження та призначення мігрантів, зазначаючи необхідність глибшого її опрацювання, здійснення відповідних пілотних проектів та оцінки їх ефективності [2]. В ЄС концепція циркулярної міграції посіла важливе місце у процесі формування спільної міграційної політики. Реалізація ідеї циркулярної міграції в розрізі ЄС передбачала двостороннє регулювання міграційних проблем, що включали спрощення процедур доступу на територію ЄС для циркулярних мігрантів у обмін на належні зусилля країн їхнього походження щодо боротьби з нелегальною міграцією, забезпечення механізмів реадмісії, а також реінтеграції мігрантів.

Попри широке обговорення феномену циркулярної міграції, його єдиного розуміння даного поняття не визначено (Табл. 1).

Таблиця 1

ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «ЦИРКУЛЯРНА МІГРАЦІЯ»

Автор, джерело	Визначення
Кетлін Ньюленд	«процес виїзду і повернення на батьківщину, який повторюється неодноразово»
Агунія Довелін Ранвейг	«довготривала, гнучка модель міжнародної людської мобільності, яка відбувається на спільному економічному просторі, що виникає внаслідок глобалізації»
Європейський Парламент	«форма міграції, що регулюється таким чином, щоб забезпечити певний ступінь легальних переміщень між двома країнами в обох напрямках»

Джерело: систематизовано автором на основі [3]

Якщо розбирати документи ЄС, то можна знайти, що там циркулярна міграція розділяється на два типи: «outward circularity» та «inward circularity». «Outward circularity» передбачає повернення громадян третіх країн, які постійно проживали на території Євросоюзу, на батьківщину

для постійного проживання чи тимчасового. «Inward circularity» передбачає тимчасові, проте регулярні поїздки до ЄС громадян третіх країн, які постійно проживають вдома. Основна особливість циркулярної міграції передбачає те, що вона розвивається лише на транснаціональному соціально-економічному просторі, який може бути сформований завдяки глобалізації.

Загалом даний вид міграції характерний для економічних та політичних союзів, наприклад, ЄС. Одним з успішних прикладів циркулярної міграції є Іспанія. Країна щороку запрошує робітників у сільськогосподарській сфері на строк до дев'яти місяців. Після того, як мігранти повертаються в рідну країну, вони мусять зареєструватися в консульстві Іспанії на батьківщині. Це так званий заохочувальний захід, оскільки наступного року такий працівник звільняється від проходження процедур відбору на роботу в цю країну. Якщо людина працює певний термін на сезонній роботі протягом чотирьох, вона отримує полегшений доступ до довгострокового дозволу на працевлаштування. Водночас найбільша кількість сезонних іноземних працівників у рамках міждержавних домовленостей (до 350 тис. щорічно) залучає Німеччина. Країна має відповідні домовленості з вісьмома країнами Центральної Європи (Польщею, Чехією, Словаччиною, Угорщиною, Словенією, Литвою, Латвією, Естонією). Працівники наймаються на строк 90 днів упродовж року для сфер будівництва, сільського господарства або туристичного обслуговування. [4]

Щодо позитивних наслідків циркулярної міграції, то їх достатньо багато. Вона може бути інструментом, який здатен забезпечити ефективне використання потенціалу міграції для розвитку та одночасно зменшити її негативні наслідки. Також за допомогою даного виду міграції можна контролювати імміграцію та запобігати нелегальній міграції. Однією з найбільших переваг є те, що циркулярна міграція є достатньо вигідною для всіх учасників, тобто країн походження, призначення та мігрантів, оскільки забезпечує можливість збереження міцних зв'язків з мігрантами за кордоном, що заохочує постійний потік грошових переказів, розподілених на більшу групу одержувачів. А також, збільшує можливості працевлаштування трудових мігрантів та відкриває країни прийняття до глобалізації.

На жаль, негативних наслідків також достатньо, проте деякі з них можна перетворити в позитивні. Наприклад, недостатньо врегульована циркулярна міграція може легко перетворитися на постійну чи нелегальну. Крім того, держави-реципієнти, особливо коли йдеться про кваліфікованих працівників можуть розглядати циркулярних мігрантів як найбільш перспективних кандидатів для постійного переселення, сприяти йому. «Відплив умів» є проблемою у міграційному процесі, проте циркулярна міграція може також позитивно впливати на ситуацію. Спочатку, безперечно з країни їдуть кваліфікаційні працівники, проте в умовах даного виду міграції вони мають повернутися назад, збагачені новими знаннями, що можна схарактеризувати як «набуття мізків». Також поїздки закордон можуть бути наслідком відсутності перспектив на батьківщині, а соціальні гарантії та права у країні перебування можуть бути недосконалими, тому циркулярна міграція може стати вимушеним рішенням, а не наслідком вільного вибору.

Висновки і пропозиції. Як висновок можна сказати, що циркулярна міграція може бути достатньо гарною альтернативою для зменшення темпів нерегульованої та стихійної міграції. Оскільки циркулярна міграція дійсно несе небезпеку надмірної експлуатації мігрантів та перетворення тимчасової міграції на постійну, проте держава здатна мінімізувати ці загрози адекватними управлінськими заходами.

Для залучення такої стратегії потрібно чітко визначити й усвідомити суть циркулярної міграції стосовно української міграційної системи, створити необхідну законодавчу базу, розробити конкретні схеми та механізми забезпечення циркулярності переміщень. Такі рекомендації цілком можна використати й для України, оскільки модель циркулярної міграції в країні є стихійною та панівною для міграційної поведінки багатьох громадян.

Література:

1. Migration in an interconnected world: New directions for action. Report [Електронний ресурс] / Global Commission on International Migration. — Режим доступу : https://www.iom.int/jahia/webdav/site/myjahiasite/shared/shared/mainsite/policy_and_research/gcim/GCIM_Report_Complete.pdf

2. Report of the Turkish Chairmanship of the Global Forum on Migration and Development 2014-2015 [Електронний ресурс]. — 2015. — Режим доступу до ресурсу: https://www.gfmd.org/files/documents/report_of_the_gfmd_2014-2015_turkish_chairmanship_en.pdf

3. Defining and Measuring Circular Migration [Електронний ресурс]. — 2016. — Режим доступу до ресурсу: https://www.unece.org/fileadmin/DAM/stats/documents/ece/ces/bur/2016/October/18Add1-CircularMigration_for_Bureau_final.pdf

4. Міграційна політика: глобальний контекст та українські реалії : монографія / О.А. Малиновська. — К. : НІСД, 2018. — 472 с.

Kate Guzhva,
Second-year student, "International business"
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman,
Hanna Melnyk, Oksana Romaniuk

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN UKRAINE: PROBLEMS AND PROSPECTS

It is a well-known fact that social entrepreneurship has a considerable influence on social, economic and political spheres of any country and Ukraine in particular. However, it should be mentioned that although the interest in social entrepreneurship appeared in Ukraine in the early 2000s, entrepreneurs do not fully understand its potential for themselves and for solving social problems. In our country, such enterprises still remain a novelty.

The reorientation of the Ukrainian economy, coupled with the expansion of globalization and European integration processes, has caused gradual changes in the social and labor domains within the country for the last twenty years. Such transformation has often been accompanied by negative consequences, including an increase in unemployment rates and forced underemployment, a low level of labor remuneration, etc. As a result, this hinders an effective development of the economy, leads to social tensions, and requires the introduction of new efficient tools to overcome existing problems. One example of such tools that has proved its effectiveness in many developed countries is social entrepreneurship, which is an emerging field in Ukraine.

Accordingly, there arises the question: "What does social entrepreneurship mean?" In fact, social entrepreneurship is, at its most basic level, doing business for a social cause. Consequently, the social purpose is an important criterion for classifying social enterprises as it distinguishes them from profit-seeking enterprises.

At the present stage of development, the issues of social entrepreneurship are considered by many experts, including foreign scientists G. Diso, A. Peredo and M. McLean, F. Sprekli, J. Martin, whose publications are the basis for the study; and our national researchers Sotula's O.V., Berezyaka I., Naumova M. Sirenko N.M. and Lunkin T.I.

There are various types of organizational and legal forms that social enterprises are using such as Non-Governmental Organization (NGO), Private Enterprise (PE), Limited company (Ltd), agricultural cooperatives, etc. Ltd (25%) and PE (15%) are the most common forms used in Ukraine. 13% of social enterprises are NGOs and 14% are established by an NGO/Ltd or NGO/PE tandem.

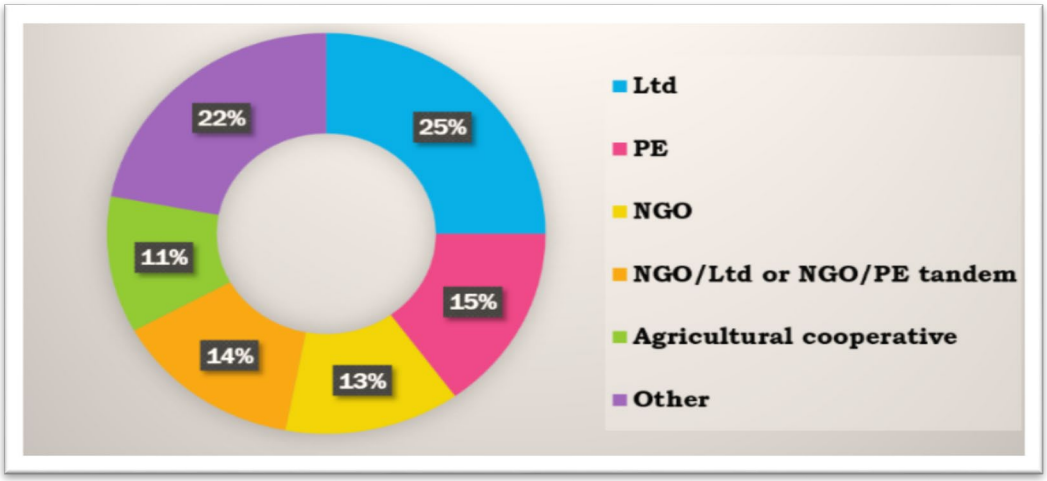


Figure 1. Types of social enterprises by organizational and legal form in Ukraine, %

Most Ukrainian social enterprises are based in the country's northern regions (43 %), particularly in Kyiv (20 %), and western regions (27 %). According to the Directory of Social Enterprises of Ukraine, the only region where no social enterprises exist is Rivne region.

For the most part, these enterprises in Ukraine tackle multiple social issues simultaneously, though most focus on employment of socially vulnerable population groups (61 %) and on profit generation to support organizations (53 %).

In order to make sure that social entrepreneurship is one of the key factors for Ukraine`s development, and to determine its main problems and prospects, a survey has been conducted. For this purpose, about 500 respondents have been asked questions about the effectiveness of social enterprises in possible development of our country, and the measures that could help create a proper environment for social entrepreneurship. The qualitative and quantitative research methods have been used to analyse survey responses to obtain actionable insights. According to the results of the research, 52 % of people are sure that social entrepreneurship is vital for our social and economic lives, while only 7 % have claimed that there is no sense in it.

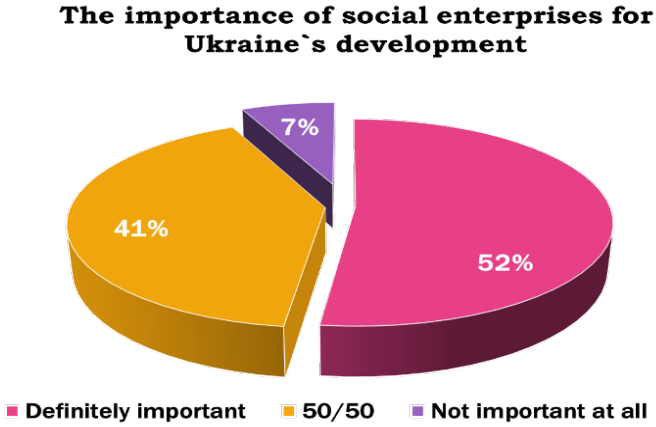


Figure 2. Survey results, %

Moreover, respondents have been asked to give examples of Ukrainian social enterprises. Among the most popular are: Kharkiv Eco City, Light Home, Good Bread from Good People, Urban Space 100, Creative Women Food and fitness center “Samotuzhka”.

The Ukrainians surveyed have also highlighted that nowadays there exist a number of most serious problems of social entrepreneurship in Ukraine:

- Lack of financial support from the state and corporate business (72,7 %)
- Critical level of bureaucracy and corruption (72,7 %)
- Misunderstanding of the nature and role of social enterprises by the public (59,1 %)
- Imperfect legislative base in the field of social entrepreneurship (45,5 %)
- Slow return on investment and increased financial risks (36,4 %)
- A small number of tax incentives for social enterprises (31, 8 %)
- Complicated process of registration of social enterprises (22,7 %)
- Lack of entrepreneurial experience and skills for management of social enterprises (22,7 %)
- Limitation of legislatively defined organizational and legal forms of social enterprises (18,2 %)

Among the measures, suggested by the respondents, considering social entrepreneurship and social economy development that can improve national and regional economies, as well as welfare systems in Ukraine, are:

- *legal* (creation of a perfect legislative base);
- *economic* (grant implementation and state support programs; creation of special funds to support social enterprises, more favorable lending conditions and tax benefits; availability of international funding);
- *organizational* (promotion of social entrepreneurship through the media; increasing demand for charity);
- *educational* (introduction of special educational seminars, training programmes, and courses at universities to raise public awareness; implementation of the existing successful practices of social economists across Ukraine inspiring people to venture into this new business model).

Taking into consideration all the above mentioned, there is no doubt that social entrepreneurship in Ukraine is in the early stages of development. Although growth has been achieved in many aspects, social enterprises have not become an integral part of the economic, political, social and

cultural contexts of the country. That is why all possible measures should be taken in order to implement social entrepreneurship in Ukraine`s business environment as it can give us hope for the future.

References:

1. Development of the social entrepreneurship in Ukraine as an innovative form of the business — "Marketing and management of innovations", 2018, № 1 http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2018_1_235_246.pdf
2. Social Economy in Eastern Neighbourhood and in the Western Balkans, Country report- Ukraine — January 2018 https://ec.europa.eu/growth/content/social-economy-eastern-neighbourhood-and-western-balkans_en
3. Social Enterprise in Ukraine, ICSM Working Papers, №12 https://www.iap-socent.be/sites/default/files/Ukraine%20-%20Bibikova.pdf
4. Social Entrepreneurship in Ukraine: An Effective Tool for Overcoming Challenges? — June 2019 https://socialbusiness.in.ua/knowledge_base/social-entrepreneurship-in-ukraine-an-effective-tool-for-overcoming-challenges/

Гужва К. Є.
«Міжнародний бізнес», 2 курс,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Наукові керівники — Мельник Г.М., Романюк О. І.

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Безперечно, соціальне підприємництво має значний вплив на соціальну, економічну та політичну сфери будь-якої країни та України зокрема. Однак слід зазначити, що хоча інтерес до соціального підприємництва з'явився в Україні на початку 2000-х, підприємці не повністю розуміють його потенціал як для себе, так і для вирішення соціальних проблем. У нашій країні такі підприємства й досі залишаються новинкою.

Переорієнтація економіки України, у поєднанні з розширенням процесів глобалізації та євроінтеграції, спричинила поступові зміни в соціальній та трудовій сферах країни протягом останніх двадцяти років. Така трансформація часто супроводжується негативними наслідками, включаючи зростання рівня безробіття та вимушеної неповної зайнятості, низький рівень оплати праці, тощо. У результаті, це заважає ефективному розвитку економіки, призводить до соціальної напруженості та вимагає впровадження нових ефективних інструментів для подолання існуючих проблем. Одним з інструментів, який виявився ефективним у багатьох розвинених країнах, є соціальне підприємництво. Таке підприємництво є новим напрямком в Україні.

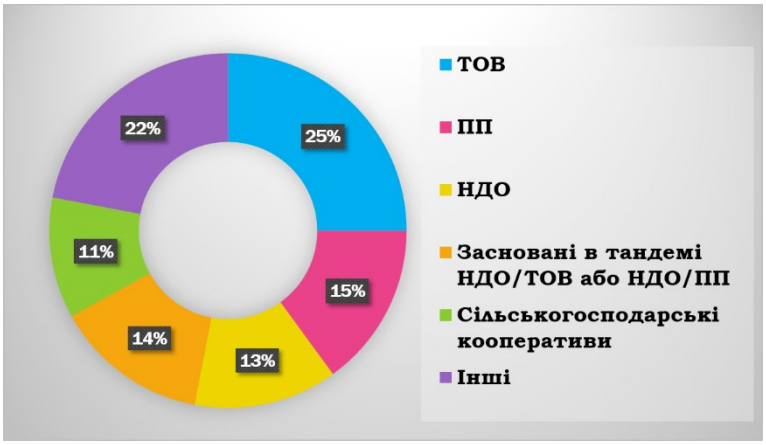
Відповідно, постає питання: "Що таке соціальне підприємництво?" Соціальне підприємництво — це підприємницька діяльність, спрямована на пом'якшення або розв'язання соціальних проблем. Отже, соціальне призначення є важливим критерієм класифікації соціальних підприємств, оскільки воно відрізняє їх від комерційних підприємств.

На сучасному етапі розвитку проблеми соціального підприємництва розглядаються багатьма експертами, в тому числі зарубіжними вченими Г. Дісо, А. Передо та М. Маклін, Ф. Спріклі, Дж. Мартін, публікації яких є основою для дослідження; та такими вітчизняними дослідниками, як О. В. Сотула, Березяка І., Наумова М. Сіренко Н. М. та Лункін Т.І.

Існують різні типи організаційно-правових форм, якими користуються соціальні підприємства, такі, як недержавна організація (НДО), приватне підприємство (ПП), товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ), сільськогосподарські кооперативи, тощо. Найбільш поширеними формами в Україні є ТОВ (25 %) та ПП (15 %). 13 % соціальних підприємств — недержавні організації, 14 % — засновані в тандемі НДО/ТОВ або НДО/ПП. (Мал. 1).

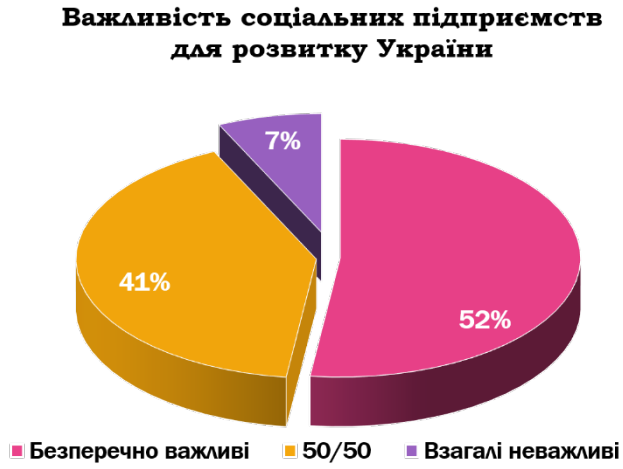
Більшість соціальних підприємств розташовані у північних регіонах України (43 %), зокрема у Києві (20 %) та західних регіонах (27 %). Згідно Довідника соціальних підприємств України, єдиним регіоном, де немає соціальних підприємств, є Рівненська область.

Здебільшого такі підприємства вирішують одночасно низку соціальних проблем. Проте пріоритетними є питання зайнятості соціально незахищених груп населення (61 %) та отримання прибутку з метою забезпечення діяльності організацій (53 %).



Мал. 1. Типи соціальних підприємств за організаційно-правовою формою в Україні, %

Для того, щоб переконатись, що соціальне підприємництво є одним із ключових факторів розвитку України та визначити його основні проблеми та перспективи, було проведено опитування близько 500 респондентів. Запитання стосувалися ефективності соціальних підприємств у перспективному розвитку нашої країни та заходів, які би сприяли створенню належного середовища для соціального підприємництва. Для аналізу відповідей респондентів були використані якісні та кількісні методи дослідження. Відповідно до результатів дослідження, 52 % опитаних впевнені, що соціальне підприємництво є надважливим для соціально-економічного життя країни, в той час як лише 7 % вважають його недоцільним.



Мал. 2. Результати опитування, %

Також респондентів попросили навести приклади українських соціальних підприємств. Серед найпопулярніших названо: Харківське еко-місто, Light Home, Good Bread from Good People, Urban Space 100, Creative Women Food та фітнес-центр «Самотужка».

Опитані українці також підкреслили, що нині в Україні існує низка серйозних проблем, пов’язаних із соціальним підприємництвом:

- Відсутність фінансової підтримки з боку держави та корпоративного бізнесу (72,7 %)
- Критичний рівень бюрократії та корупції (72,7 %)
- Необізнаність громадськості щодо сутності соціальних підприємств (59,1 %)
- Недосконала законодавча база у сфері соціального підприємництва (45,5 %)
- Повільна віддача від інвестицій та збільшення фінансових ризиків (36,4 %)
- Невелика кількість податкових пільг для соціальних підприємств (31,8 %)
- Складний процес реєстрації соціальних підприємств (22,7 %)

- Відсутність підприємницького досвіду та навичок управління соціальними підприємствами (22,7 %)
- Обмеження законодавчо визначених організаційно-правових форм соціальних підприємств (18,2 %)

Серед запропонованих респондентами заходів стосовно соціального підприємництва та розвитку соціальної економіки, здатних покращити національну та регіональну економіку, а також системи соціального забезпечення в Україні є наступні:

- *юридичні* (створення досконалої законодавчої бази);
- *економічні* (реалізація грантів та програм державної підтримки; створення спеціальних фондів для підтримки соціальних підприємств; створення більш сприятливих умов кредитування та оподаткування; наявність міжнародного фінансування);
- *організаційні* (просування соціального підприємництва через засоби масової інформації; заохочення до благодійної діяльності);
- *освітні* (організація спеціальних навчальних семінарів; запровадження навчальних програм та курсів в університетах для підвищення обізнаності громадськості; впровадження існуючих успішних практик соціальних економістів).

Беручи до уваги вищезазначене, немає жодного сумніву, що соціальне підприємництво в Україні знаходиться на ранніх стадіях розвитку. Хоча існують певні досягнення в даній галузі, соціальні підприємства все ж не стали невід'ємною частиною економічного, політичного, соціального та культурного контексту країни. Тому, слід вжити всіх можливих заходів для впровадження соціального підприємництва в бізнес-середовище України, оскільки це може дати нам надію на майбутнє.

Література:

1. Development of the social entrepreneurship in Ukraine as an innovative form of the business — "Marketing and management of innovations", 2018, №1 http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2018_1_235_246.pdf
2. Social Economy in Eastern Neighbourhood and in the Western Balkans, Country report- Ukraine — January 2018 https://ec.europa.eu/growth/content/social-economy-eastern-neighbourhood-and-western-balkans_en
3. Social Enterprise in Ukraine, ICSM Working Papers, № 12 https://www.iap-socent.be/sites/default/files/Ukraine%20-%20Bibikova.pdf
4. Social Entrepreneurship in Ukraine: An Effective Tool for Overcoming Challenges? — June 2019 https://socialbusiness.in.ua/knowledge_base/social-entrepreneurship-in-ukraine-an-effective-tool-for-overcoming-challenges/

Nikol Korolchuk
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman
Faculty of International Economics and Management
3 year of study
Supervisor: Oksana Romaniuk, Senior lecturer,
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman
Olena Tsyrkun, Senior lecturer, Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

LIQUID DEMOCRACY AS A PREREQUISITE FOR INNOVATIVE DEVELOPMENT OF UKRAINE

Introduction. In a society with aspirations for equity, government must be democratically established. New vulnerabilities resulting from changing societal, environmental, technological and demographic patterns threaten to undo dramatic gains in wellness and prosperity that democracy has supported over the centuries. Because of the diversity as well as the multicultural composition in today's societies mitigating modern issues is far more complex. The goal of this research is to understand the prospects for democracy to identify different possible ways for innovative development of democracy in Ukraine and rethink public policy in an era of turbulence and growing inequality. This means distinguishing what is crucial to democracy, what is contingent and what can be changed.

The phenomenon of democracy has been widely observed. Recent empirical experiments and surveys have revealed that globally people are more dissatisfied than satisfied with the way democracy is working. Growing political polarisation, economic frustration, and the rise of populist parties, have eroded the promise of democratic institutions to offer governance that is not only popularly supported, but also stable and effective. The vulnerability here is that current ways are just not fit for the 21 century. However, according to Global Attitudes Survey 2019 by Pew Research Centre, many still trust and value the voting process, as a median of 67% agree that voting gives people a say about how the government is run.

The democratic prescription requires involving greater citizen participation to give legitimacy to government decisions, and in this the communication media are required to achieve a clear idea of the general will and their preferences to achieve the common good. Decisions about the future require communication among people that have different points of view, require participation, debate, deliberation. Deliberation might be an answer for the public demand for democratic innovation and increase citizens' influence in democratic decision-making processes (Freiss & Eilders, 2015). "Today's democracies basically focus their attention on problems of interaction, election and delegation" (Galleguillo, 2016). No doubt, the world is being transformed by the digital era, redefining electorate's expectations. Therefore, due to the importance and ubiquity of various technological advances nowadays, it is critical to have them implemented into the decision-making process in the digital age. Furthermore, the importance of studying online political participation is highlighted by the facts that an increasing number of people engage in political participation online (Vicente & Novo, 2014).

Liquid democracy does not conceive political representatives or parliamentary institutions as fixed and immovably solid until the corresponding changes or replacements happen in terms of new elections or reforms (Paulin, 2014). It conceives the exercise and delegative feature of sovereignty in agility and robust adaptability to the multiple needs of the public as soon as they are urgent or required, without waiting for electoral terms or fixed periods of parliamentary legislative work. In other words, liquid democracy is a method of collaborative decision-making that allows equal members of society to either express their decisions on a matter directly or transfer that received power further, proposing a unique combination of liberal, a little bit conservative on some issues and maybe progressive on others.

Furthermore, anonymity in online interaction is an interesting phenomenon in the light of deliberative democracy because "those that do not feel free to speak offline might do so online", thereby contributing to a more diverse public sphere, where disagreement is more easily expressed than in offline environments (Witschge, 2008). Liquid democracy is a way of making collaborative decisions, which does not depend on elected representatives, but rather on the transient delegation of votes. In the century when technology is used to participate in so many conversations globally, there is no need to attend actual meetings. Instead smartphones and digital means of communication can be adapted to the needs of the 21st century. Hence technology can help us bridge that gap between governments and citizens.

However, there are risks that come with these benefits. Recent editions of the Global Risks Report warned of the downward pressure on the global stability from lack of global technology governance framework. For example, at the 25th annual DEF CON computer security conference, software engineers were invited to a Voting Machine Hacking Village to try to break into commercially available voting machines. The hackers cracked the "secured" systems in less than two hours. And it takes even less to hack a smartphone. The digitization of democracy potentially threatens this premise at a fundamental level. Why believe the institutions of government are working on your behalf if digital democracy can be so easily manipulated? The challenging questions here are: How can the use of technology be brought under democratic control? Are there alternatives? How can democracy in Ukraine not merely survive but flourish in the future? For liquid democracy to work in Ukraine, the first challenge is designing a suitably robust, secure, and user-friendly software platform. Fortunately, as shown by the successful implementation of various open-source liquid democracy software platforms in Europe (Arke, CHVote, DDP2P), combined with advances in areas like cryptocurrency and blockchain, it is likely that a working software platform could be built or perfected relatively quickly. There is ample, powerful, almost daily evidence that modern technology is having a profound impact on society, presenting a myriad opportunities as well as challenges for the modern state of democracy. Smartphones are used get information from the public and get information out to them. Constant communication promotes fundamental rights, such as respect for human dignity, equality and democracy, all of which are essential for humans to live together in peace and for democracy to work. Because of the diversity mitigating modern issues is far more complex.

Conclusion. Liquid democracy is of special interest under the circumstances of global disturbances, unprecedented climate change, devastating pandemic adding up to the planetary emergency. There is no doubt that holding successful elections under the current conditions is going to be difficult. All things considered, it seems reasonable to assume that the principles of liquid democracy should be implemented in Ukraine in order to stay agile, robust and at the same time solution focused. Eventually the community will be able to leverage this influence to bring about significant social and political changes as well as a transformative impact on the world. It's only together and through communication that new values can be created, unlocking broader societal benefits and shaping the future of democracy. We believe that liquid democracy would yield a powerful approach, which would enable the emergence of at least partly self-managed societies, where law, public spending as well as the empowerment of active subjectivity in public functions would become a matter of collaborative decisions made based on ultra-democratic principles.

References:

1. Bekkers, V., & Homburg, V. (2007). "The Myths of E-Government: Looking Beyond the Assumptions of a New and Better Government".
2. Galleguillo, Ruben (2016). Citizenship and Democracy: the new challenges.
3. Nijeboer, A. (2013). "Liquid Democracy versus Direct Democracy through Initiative and Referendum: Which Is Best?".
4. Vicente, M. R., & Novo, A. (2014). An empirical analysis of e-participation. The role of social networks and e-government over citizens' online engagement.
5. Van Hulten, M. (2014). "Democratisation of the World: Do We Need a Global Parliament?", from http://blog.hulten.org/essays/global_democracy.pdf.
6. The world's oldest democracies — World Economic Forum&Visual Capitalist, https://www.weforum.org/agenda/2019/08/countries-are-the-worlds-oldest-democracies.
7. Friess, D., & Eilders, C. (2015). A systematic review of online deliberation research. Policy & Internet, Veit, D., & Huntgeburth, J. (2014). Foundations of Digital Government — Leading and Managing in the Digital Era. Springer- Verlag.
8. Paulin, Alois (2014). Through Liquid Democracy to Sustainable Non-Bureacratic Government.
9. B. Gray and J. Purdy. (2018). Collaborating for the future: Multi-stakeholders partnerships for solving complex problems, Oxford.
10. Global Risks Report 2020 — World Economic Forum, 2020.
11. Witschge, T. (2008). Examining online public discourse in context: A mixed method approach, http://www.rug.nl/research/portal/files/14244314/witschge_javnost_article_examining_ online_public_discour se_in_context.pdf.
12. Concens about democracy in the digital age — Pew Research Center, February 21, 2020, https://www.pewresearch.org/internet/2020/02/21/concerns-about-democracy-in-the-digital-age.

Брусенцева К. В.
«Міжнародна економіка і менеджмент», 2 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — старший викладач
кафедри іноземних мов і міжкультурної комунікації Сініцина Н.М.
Brusentseva K. B.
"International Economics and Management", 2nd year
Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman
Scientific adviser — Senior Lecturer of
The Department of Foreign Languages and Cross-Cultural Communication
Sinitsyna N. M.

TENDENCIES OF THE MIGRATION PROCESS IN UKRAINE

Nowadays as a result of globalisation, various economic, political and social factors migration is becoming a worldwide phenomenon. From year to year more and more scientists dedicate

thousands of projects to analysing migration processes. The main task of all this research work is to examine how much international migration of the population influences countries' development in general.

Analysing the latest statistical data about the quantity of the world migrants, we can easily see the contrast between the number of migrants in 1970 and in 2019. According to the data, the level of international migrants has climbed considerably from about 85 million to almost 272 million over the past five decades. That is why we can affirm, that the increasing number of people is involved in the migration process. This is the reason why this topic is worth our attention and consideration.

One of the main types of migration is labour migration. External labour migration is very popular with people all over the world. Moreover, it has a significant influence on both the countries that receive labour and the countries that supply it. Ukraine is considered to be one of the major labour-exporting countries or, in other words, "donor countries".

Consequently, it is important to understand clearly how the labour migration from Ukraine influences the country in general. First of all, the main positive consequences of labour migration for Ukraine are an increase of money transfers from labour migrants and a decrease of unemployment in the national market. In addition, workers who return from abroad often bring here new skills, knowledge and experience. But on the other hand, the migration process has a large number of disadvantages. To start with, there is a change in the balance of highly skilled and low skilled personnel. To make matters worse, labour migration causes additional expenses of the country for the education of new specialists, it leads to "aging" of the nation, importing labour resources from abroad and lower production rates in the country.

In order to foresee the level of future labour migration from Ukraine I have carried out a survey involving 100 students and graduates of different Ukrainian universities including KNEU. The purpose of my survey was to understand the migratory mood of the potential work force and to determine whether the number of labour migrants has the tendency of going up dramatically, staying at the same level or dropping substantially. In trying to answer the question of whether the students are interested in getting employment abroad, we received the most unpredictable results: almost three-fifths of all students are not completely sure about their decision to migrate in order to find a job, the number of students who agree to work abroad ex professo is the same as the number of people who are prepared to work in all areas.

One more noteworthy result of our research is the proportion of people, who consider the possibility of staying abroad for ever in contrast to the number of people who are interested in returning home. 45% of the students do not favour the prospect of staying abroad whereas the other 45% of all the students interviewed are not entirely sure about their future intentions. In addition, only 10% are confident about their plans to return home. One of the most important tasks of our survey is to reveal the factors which are the most important in deciding whether to migrate for the purpose of job placement. It may be concluded from the students` answers that the main reasons for possible migration are expectations of a higher salary, better living conditions and the possibility of self-development. Less important reasons are better labour conditions and the opportunity of future professional development.

One more question, that is worth our attention is what countries are tempting for the potential workers. According to the results of our survey, it may be seen, that three-fifths of all students consider the USA to be the most promising choice. More than half of the students would choose Germany for their possible job arrangement. However, in comparison, only 31% of all students consider Italy the best place to work abroad. Nearly the same number of students consider Poland, the Czech Republic, Denmark and Finland to be the most suitable choices for realizing their labour potential.

In my view, one more question of the research is whether the coronavirus pandemic has affected the migration mood of students and other categories of potential migrants. To our astonishment a significant proportion of the students interviewed, interested in the possibility of working abroad, have not been influenced by the current situation connected with the coronavirus pandemic. On the other hand, fewer than a fifth of the students are planning to analyse future prospects of the whole world before taking the decision to migrate.

Nowadays, in view of the latest news concerning the coronavirus pandemic, I would like to emphasize the fact that the impact of this virus could be devastating for the Ukrainian labour migrants. Moreover, comparing the migrant workers to the young people who are employed in Ukraine we can say that the Ukrainian migrants are particularly vulnerable to the crisis because of the

pandemic. Almost all international labour markets are full of Ukrainians of different ages and specializations.

The Ukrainian diaspora in Poland is one of the largest ones. Before the closure of all border crossing points by the Ukrainian authorities and putting severe quarantine restrictions into operation, thousands of migrants were forced to leave Poland. Despite the fact that Polish limitations are strict enough, foreigners with Polish residence permit or, for example, migrant workers with specialized permit are still allowed to enter the country, whereas the situation on the part of the Ukrainian authorities is absolutely different.

Taking into account the difficulties which migrants from Ukraine faced while crossing the border, one might ask a question: "Will Ukrainian workers have an opportunity to return to their previous jobs in Poland?" The government in Ukraine are confident, that labour migrants will not be allowed to enter the countries of their job placement abroad and try to prevent them from leaving Ukraine. Surely, such a position of the government is explained by their willingness to prevent the spreading of the virus in Ukraine. We remember the situation which the migrants had to face while crossing the border between Poland and Ukraine, when almost 1 million workers were crowded together without any means of protection against the virus. I support the opinion, that such behaviour of the government is reasonable, on the one hand. However, we should keep in mind that earnings from abroad are one of the substantial parts of the Ukrainian economy. According to the National Bank of Ukraine's data, migrants from Ukraine have sent more than $13 billion back to the country, that is almost 10% of the Ukrainian GDP.

The main reason for a strict prohibition for Ukrainians to leave for other countries is to provide national labour markets with more potential workers. On the contrary, a lot of Ukrainians are interested in working abroad, especially now, when there is the highest opportunity to earn more as the harvest season is about to start. For example, Finland, which is overcrowded with farmers, is looking for seasonal workers, as local residents do not agree to work for such low remuneration.

To sum up, I would like to say that all the above-mentioned information points to the fact that the level of labour migration will apparently go down, but the migration process will nevertheless continue. While there is a demand for labour, higher earnings and better living conditions abroad, Ukrainians of all ages will continue moving away. However, it depends on the government policy whether the number of labour migrants will increase or decrease. In my view, first of all, the Ukrainian authorities should develop and arrange more programs supporting small-scale business in order to give people who have returned from abroad an opportunity to start their own business. In addition, it is necessary to raise the current level of salaries in order to compete with the salaries abroad. Moreover, it would be a good idea to raise the standard of living in Ukraine. If the government manages to cope with all these tasks, there will not be any necessity for people to leave their native land.

References:

1. The coronavirus pandemic could be devastating for the world's migrants (6 April, 2020). URL: https://www.weforum.org/agenda/2020/04/the-coronavirus-pandemic-could-be-devastating-for-the-worlds-refugees/
2. Why the Ukrainian Government Is Keeping Its Labor Migrants At Home (22 April, 2020). URL: https://en.hromadske.ua/posts/why-the-ukrainian-government-is-keeping-its-labor-migrants-at-home
3. Ukrainian Diaspora in Poland in Flux As Thousands Attempt to Return Home Due to Coronavirus (29 March, 2020) URL: https://en.hromadske.ua/posts/ukrainian-diaspora-in-poland-in-flux-as-thousands-attempt-to-return-home-due-to-coronavirus
4. What should we expect after labour migrants` return to Ukraine (7 April, 2020) URL: https://www.epravda.com.ua/columns/2020/04/7/659062/
5. Ukrainian migration: what our neighbors should expect? (17 September, 2018) URL: http://www.icps.com.ua/en/studies-icps/economic-analysis/ukrainian-migration-what-our-neighbors-should-expect/

Гаврищук К. О.
«Міжнародні економічні відносини», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник: ст. викл. Алейнікова М. Г.

"LAS RELACIONES COMERCIALES BILATERALES ENTRE ESPAÑA Y UCRANIA: INDITEX" ("ДВОСТОРОННІ ТОРГОВЕЛЬНІ ВІДНОСИНИ МІЖ ІСПАНІЄЮ ТА УКРАЇНОЮ: INDITEX")

Визначення проблеми. Двосторонні торговельні відносини між Іспанією та Україною завжди були дефіцитними та далекими від потенціалу обох економік, при цьому експорт України до Іспанії був значно більшим, ніж експорт Іспанії до України. Проте, іспанські компанії виявляють зростаючий інтерес до українського ринку після стабілізації економіки від кризи.

Метою даної роботи є аналіз та дослідження двосторонніх торговельних відносин між Іспанією та Україною, а саме, залучення на український ринок іспанської компанії з виробництва та розповсюдження текстилю **Inditex Group**.

Актуальність результатів проектного дослідження. Відносини між Україною та Королівством Іспанія характеризуються різноплановістю та багатогранністю. Іспанія є надійним партнером України в Європейському Союзі і сприяє наближенню нашої держави до ЄС. Тому, обрана тема є вельми актуальною на даний момент і потребує дослідження та аналізу.

Методи дослідження. Основними методами дослідження, які були використані в роботі, є аналіз, систематизація, обробка даних тощо.

Огляд фахової літератури. Головним джерелом інформації про стан двосторонніх дипломатичних та торговельних відносин Іспанії та України був офіційний сайт Міністерства закордонних справ та співробітництва, економічних відносин Іспанії.

Також, вся необхідна і важлива інформація про Inditex Group була взята з офіційного сайту Inditex Group та офіційного сайту представництва Inditex в Україні — Inditex — The Village Україна.

Результати дослідження. З дослідження двосторонніх торговельних відносин України та Іспанії, а саме, залучення на український ринок компанії Inditex Group, можна отримати такі результати:

- Іспанія є надійним партнером України в Європейському Союзі;
- Завдяки співпраці Іспанії з Україною наш ринок залучив таку компанію, як Inditex Group;
- Inditex — всесвітньовідома група іспанських компаній з виробництва та розповсюдження текстилю;
- Inditex Group налічує в Україні близько 65 магазинів, зокрема, таких брендів, як Pull & Bear, Zara, Zara Home, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Oysho і Uterqüe.
- Компанія Inditex має такі цілі в довгостроковій перспективі: впровадження моделі екологічного менеджменту, мінімізація відходів, проведення навчальних програм для співробітників, використання екологічно чистих тканин, використання біодизельного палива;
- Inditex зацікавлений в розширенні своєї діяльності на українському ринку;
- Inditex є лідером на ринку України в сегменті одягу;
- Найбільший попит в Україні налічує магазин Zara, який є головною маркою мережі;
- Найбільшу кількість магазинів групи Inditex налічує місто Київ.

Отже, з результатів дослідження, можна зробити висновок, що компанія Inditex Group в даний час є однією з найуспішніших компаній в галузі одягу. В Україні продукція цієї компанії користується великим попитом.

Крім цього, Inditex прагне бути екологічно чистою компанією, що є важливою перевагою для подальшого розвитку бізнесу.

Література:

1. Oficina de Información Diplomática del ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación, Relaciones económicas — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/Ucrania_FICHA%20PAIS.pdf
2. Офіційний сайт Inditex Group — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.inditex.com/

3. Inditex — The Village Україна — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.the-village.com.ua/tags/Inditex

Гаврищук К. О.
«Міжнародні економічні відносини», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник: ст. викл. Алейнікова М. Г.

LAS RELACIONES COMERCIALES BILATERALES ENTRE ESPAÑA Y UCRANIA: INDITEX (ДВОСТОРОННІ ТОРГОВЕЛЬНІ ВІДНОСИНИ МІЖ ІСПАНІЄЮ ТА УКРАЇНОЮ: INDITEX)

Las relaciones comerciales bilaterales entre España y Ucrania han sido siempre escasas y alejadas del potencial de ambas economías, siendo las exportaciones de Ucrania a España mucho más elevadas que las exportaciones de España a Ucrania.

Las empresas españolas muestran un interés creciente por el mercado ucraniano según se estabiliza la economía tras la grave crisis. [1]

Además, las relaciones entre Ucrania y el Reino de España se caracterizan por la diversidad y la versatilidad. España es un socio confiable de Ucrania en la Unión Europea y ayuda a acercar nuestro país a la UE. [1]

Gracias a la cooperación de España con Ucrania, nuestro mercado ha atraído a una empresa como Inditex Group.

Inditex S.A. es un grupo multinacional español de fabricación y distribución textil. Tiene su sede central en el Polígono Industrial de Sabón, en Arteijo, La Coruña, España. [2]

Inditex Group es un grupo español de empresas fundado en 1963 y conocido por tales marcas como Zara, Zara Home, Zara Kids, Oysho, Massimo Dutti, Bershka, Pull & Bear, Stradivarius y Uterque. Entró en el mercado ucraniano en 2008. Según el informe de la compañía, el beneficio antes de impuestos de Inditex en Ucrania en 2018 fue de 28 millones de euros. [2]

En total, a finales de 2018, el Grupo Inditex tenía 65 tiendas en Ucrania, incluidas tales marcas como Pull & Bear (14), Zara (9), Zara Home (2), Massimo Dutti (6), Bershka (14), Stradivarius (12), Oysho (7) y Uterqüe (1). [2]

Inditex lanzó las ventas en línea de la marca Zara en Ucrania en 2019.

El grupo Inditex tiene los siguientes objetivos a largo plazo:

1. ***Ahorro de energía, tiendas ecológicas:*** están implementando un modelo de gestión ecológica en sus tiendas para reducir el consumo de energía en un 20 %. Este modelo de gestión establece las medidas que deben aplicarse a todos los procesos, incluido el diseño de la tienda en sí, los sistemas de iluminación, calefacción y refrigeración, así como la capacidad de reciclar muebles. [3]

2. ***Minimización de los residuos y reciclaje:*** La compañía recicla perchas y alarmas, que se toman en las tiendas y se procesan en otros artículos de plástico. Este es un ejemplo de su política de residuos. Millones de colgadores y alarmas se procesan anualmente, así como el cartón y el plástico, utilizados para el embalaje, se reciclan. [3]

3. Su compromiso se extiende a todo su personal, creando conciencia entre los miembros del equipo: Inditex lleva a cabo las campañas de sensibilización dentro de la empresa y los programas especiales de capacitación multimedia para educar a sus empleados sobre las prácticas sostenibles como limitar el consumo de energía, el uso del transporte y los cambios de comportamiento. [3]

4. ***Utilización de las telas ecológicas, el algodón orgánico:*** Inditex produce ropa de algodón orgánico (100% algodón, completamente libre de pesticidas, químicos y blanqueadores). Tienen etiquetas especiales y son fáciles de encontrar en las tiendas. Para hacer esto, han verificado a los proveedores que cumplen con todos los criterios para evaluar los productos orgánicos. [3]

5. ***Uso de biodiesel:*** la flota de camiones de Zara que transporta más de 200 millones de prendas de vestir por año usa el 5% de biodiesel. Esto les permite reducir sus emisiones de CO2 en 500 toneladas. [3]

A partir de los objetivos establecidos por esta empresa, podemos ver que Inditex pretende ser una empresa respetuosa con el medio ambiente. Esta es su máxima prioridad.

A partir del 17 de febrero de 2020, Inditex cuenta con las siguientes tiendas:

Zara: Es la marca principal de la cadena. Abarca estilos muy diferentes, desde la ropa de diario, más informal, hasta la más seria o formal, pasando por vestidos y trajes de fiesta para eventos. Trabaja la moda para mujer, hombre y niño.

Zara Home: Zara Home está especializada en artículos textiles para decorar la casa. Su apuesta por el textil se complementa con productos como vajillas, cuberterías, cristalerías y objetos de decoración.

Bershka: El estilo de las tiendas Bershka es juvenil e informal, con la imagen vinculada a la música, las tendencias y las nuevas tecnologías para el público entre los 13 y 25 años.

Stradivarius: En el grupo Inditex, es una de las marcas que más impulso ha tenido en los últimos años. Está dirigida al público femenino joven.

Pull and Bear: Es la marca joven del grupo gallego de ropa y accesorios.

Massimo Dutti: Destaca por sus diseños más clásicos, tanto de diario como formal, y también por trajes, vestidos de noche, de cóctel.

Oysho: Lencería y ropa interior femenina del grupo Inditex es una de las marcas que más crece y también gana cuerpo en la estrategia en línea de la compañía.

Uterqüe: Es la última empresa del grupo Inditex en incorporarse, especializada en complementos y accesorios de moda.

Tempe: Es la empresa de calzado del Grupo Inditex. Desde su Centro Internacional en Elche (Alicante), se diseña y distribuye el calzado que acompaña la moda de todas las marcas.

Lefties: Es una cadena de tiendas de moda *low cost* que trabaja la moda para mujer, hombre y niño.

Inditex ingresó fácilmente al mercado ucraniano y se convirtió en el líder de su segmento. Se han abierto las siguientes tiendas en Ucrania:

Por lo tanto, se puede concluir que Inditex es actualmente una de las compañías más exitosas en la industria de la confección. En Ucrania, los productos de esta empresa tienen una gran demanda.

References:

1. Oficina de Información Diplomática del ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación, Relaciones económicas — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.exteriores.gob.es/ Documents/FichasPais/Ucrania_FICHA%20PAIS.pdf
2. Офіційний сайт Inditex Group — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.inditex.com/
3. Inditex — The Village Україна — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.the-village.com.ua/tags/Inditex

Гапоченко М. Ю.
«Міжнарожна економіка», 3 курс
ДВНЗ «Київській національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.ф.н, доцент кафедри іноземних мов і міжкультурної комунікації Васильєва Т. О.

ІСПАНСЬКА СТРАТЕГІЯ ЦИРКУЛЯРНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇЇ ВПРОВАДЖЕННЯ В УКРАЇНІ

На сучасному етапі суспільний розвиток знаходиться у кризовому стані як в галузі економіки, так і в царині екології. Це пояснюється швидкими темпами використання ресурсів, що перевищують темпи їх відновлення, використанням застарілих та неекономних технологій виробництва. Тип виробництва, який існує в сучасному суспільстві, враховуючи його нераціональність з точки зору економіки та екології, погіршує глобальну екологічну ситуацію, зокрема, впливає на зміну клімату.

Метою статті було привернути увагу до нової моделі виробництва та споживання — циркулярної економіки, принципів, механізмів її впровадження та потенційного застосування в Україні.

Актуальність дослідження циркулярної економіки полягає у загостренні уваги на проблемах, пов´язаних із зростанням антропогенних навантажень на природу, виснаженням багатьох видів природних ресурсів, збільшенням обсягів екологічно шкідливих відходів та зниженням якості середовища проживання людей. Ці фактори вказують на необхідність пошуку нової економічної моделі.

Об'єктом дослідження є циркулярна економіка та її практичне застосування. «Циркулярна економіка — це модель виробництва та споживання, яка передбачає обмін, оренду, повторне використання, ремонт, оновлення та переробку існуючих матеріалів та продуктів для створення додаткової вартості. Таким чином, продовжується життєвий цикл продукції» [5].

Методологічною основою дослідження використання циркулярної економіки в Іспанії були публікації інноваційного фонду Cotec (informe 2019) [4], а також звіт про дослідження Української асоціації Римського клубу [1].

В результаті досліджень було виявлено, що EEEC (Іспанська стратегія циркулярної економіки, далі EEEC) поєднує поетапний підхід до ланцюжка вартості з галузевим підходом. Основні дії EEEC мають такі напрямки — виробництво, споживання, переробка відходів та ринок вторинної сировини, до яких додаються заходи, спрямовані на повторне використання води, що є актуальним для економік середземноморського басейну [2].

Завдання EEEC, уникаючи конкретики, відповідають низці загальних принципів щодо довкілля та сортування відходів: захист навколишнього середовища та здоров'я людини, аналіз життєвого циклу продукції та екодизайн, ієрархія відходів, інновації та ефективність процесів, стійке та відповідальне споживання, міжурядова координація, прозорість, проінформованість та сенсибілізація, оцінка соціального та екологічного впливу, зелена політика зайнятості тощо.

Безумовно, для того, щоб вищевказані завдання та цілі ефективно працювали необхідно впровадити ряд політичних змін. EEEC виокремлює три сфери державної політики, які матимуть особливий вплив на послідовні плани дій: екологічна, конкурентоспроможна та соціальна політики.

Основними інструментами просування циркулярності (замкненого циклу) є "горизонтальними" — вони впливають на різні сфери діяльності — нормативні інструменти; фінансові та Д + Р + І (дослідження, розробки та інновації). Ці інструменти є базовими для імплементації циркулярної економіки, проте можуть бути доповнені залежно від середовища застосування. [2].

Яскравими прикладами використання такого підходу до виробництва в Іспанії є мережа супермаркетів Mercadona та нафтогазова компанія Repsol [4]. Основними напрямками політики та діяльності цих компаній є ефективне використання наявних ресурсів, поводження з відходами та активна соціальна політика.

Розглядаючи можливості України у сфері реалізації стратегії циркулярної економіки виділено кілька напрямків для переробки відходів:

1. папір, картон, PET (пластик) і скло;
2. будівельне сміття;
3. старий одяг;
4. органічні відходи;
5. ремонт і відновлення побутової техніки;
6. автомобільні шини.

Висновки

Досвід впровадження концепції циркулярної економіки в європейських країнах задає нові тренди у формуванні стратегічних пріоритетів розвитку національної економіки України. Практика європейських країн дозволяє оцінити потенційні зміни, що відбудуться в країнах, де розбудова циркулярної економіки стає одним з найпріоритетніших завдань, а саме:

1) держава як головний драйвер «зеленого» розвитку має змінити структуру державних закупівель та орієнтуватися на екологічно доцільні види виробництва;

2) органи законодавчої та виконавчої влади мають розробити законодавче та нормативно-правове забезпечення функціонування циркулярної економіки, використовуючи досвід європейських країн, що мають схожі правові та інституціональні системи;

3) суб'єкти господарювання мають передбачати зміни в кон'юнктурі ринку та глобальних трендах, модернізуючи свої виробництва та інвестуючи у переробку;

4) відбудеться формування нових бізнес-моделей — від простих, пов'язаних із заміною одних комплектуючих на інші, сировини та матеріалів, до складних, що передбачають фор-

мування нових ланок виробництва в рамках підприємства та повну чи часткову зміну технологічного процесу;

5) зміниться структура попиту на робочу силу, знадобляться нові фахівці із проектування виробництва;

6) мають бути створені фінансово-кредитні установи та розроблені програми фінансування проектів з переробки відходів або з інших напрямів їх утилізації.

Література:

1. Циркулярна економіка та переваги для суспільства. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.clubofrome.org.ua/wp-content/uploads/2017/08/The-Circular-Economy-CoR_UA-2.pdf
2. España Circular 2030? Comentario al borrador de la estrategia española de economía circular. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/330444192_Espana_Circular_2030_Comentario_al_borrador_de_la_estrategia_espanola_de_economia_circular
3. Циркулярна економіка. Організаційно-правові аспекти. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.businesslaw.org.ua/circle-economic-t/
4. Situación y evolución de la economía circular en España. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://cotec.es/media/informe-cotec-economia-circular-2019.pdf
5. Economía circular: definición, importancia y beneficios. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.europarl.europa.eu/news/es/headlines/economy/20151201STO05603/economia-circular-definicion-importancia-y-beneficios

Гапоченко М. Ю.
«Міжнародна економіка», 3 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.ф.н, доцент кафедри іноземних мов і міжкультурної комунікації Васильєва Т. О.

LA ESTRATEGIA ESPAÑOLA DE ECONOMÍA CIRCULAR Y PERSPECTIVAS DE SU IMPLEMENTACIÓN EN UCRANIA

El estado actual del desarrollo social está en crisis, tanto en la situación económica como ambiental. Esto se debe al uso rápido de recursos que exceden la tasa de recuperación, el uso de tecnologías de producción anticuadas y poco económicas. El tipo de producción que existe en la sociedad moderna, considerando su irracionalidad en términos de economía y ecología, contribuye a la exacerbación de los problemas ambientales globales, incluso el cambio climático.

El propósito del artículo es llamar atención a un nuevo modelo de producción y consumo — la economía circular, principios, mecanismos de su potencial implementación y aplicación potencial en Ucrania.

La relevancia de la investigación de la economía circular consiste en centrarse en problemas asociados con el aumento de las cargas antropogénicas en la naturaleza, el agotamiento de muchos recursos naturales, el aumento de la cantidad de desechos perjudiciales para el medio ambiente y la reducción de la calidad del hábitat humano. Estos factores indican la necesidad de encontrar un nuevo modelo económico.

El objeto del estudio es la economía circular y su aplicación práctica. «La economía circular es un modelo de producción y consumo que implica compartir, alquilar, reutilizar, reparar, renovar y reciclar materiales y productos existentes todas las veces que sea posible para crear un valor añadido. De esta forma, el ciclo de vida de los productos se extiende» [5].

La base metodológica del estudio del uso de la economía circular en España fueron las publicaciones del fondo de innovación Cotec (informe 2019), [4] y el informe de investigación de la Asociación Ucraniana del Club de Roma [1].

La EEEC (la Estrategia Española de Economía Circular, en adelante EEEC) combina un enfoque por etapas de la cadena de valor con una aproximación sectorial. Los ejes de actuación de la EEEC toman como referencia — producción, consumo, gestión de residuos y mercado de materias primas secundarias — a los que se incorpora el fomento de la reutilización del agua por su relevancia en las economías del arco mediterráneo [2].

Los objetivos de la EEEC eluden toda concreción, constituyendo una serie de principios generales en materia de medio ambiente y residuos: protección del medio ambiente y la salud de las personas, análisis del ciclo de vida de los productos y ecodiseño, jerarquía de residuos, innovación y eficiencia de los procesos, consumo sostenible y responsable, coordinación interadministrativa, transparencia, concienciación y sensibilización, evaluación del impacto social y ambiental, políticas de empleo verde, etc.

Por supuesto, para que las tareas y objetivos anteriores funcionen de manera efectiva, es necesario implementar una serie de cambios políticos. En la EEEC se destacan tres ámbitos de las políticas públicas que van a tener una especial incidencia en los sucesivos planes de acción: políticas ambientales, de competitividad y sociales.

Los instrumentos basicos para avanzar en la circularidad se conciben horizontalmente — despliegan efectos sobre los diversos sectores de actividad— y se organizan en instrumentos normativos; financieros; de I+D+i(Investigación, desarrollo e innovación) [2].

Ejemplos destacados del uso de este enfoque en la producción en España son la cadena de supermercados Mercadona y la compañía de petróleo y gas Repsol [4]. Las principales políticas y actividades de estas empresas son el uso eficiente de los recursos disponibles, la gestión de residuos y la política social activa.

Considerando las capacidades de Ucrania en la implementación de la estrategia de economía circular, existen varias áreas para el reciclaje de residuos:

1. el papel, el cartón, el PET (plástico) y el vidrio;
2. los residuos de construcción y demolición;
3. ropa vieja;
4. los desechos orgánicos;
5. reparación y restauración de electrodomésticos;
6. neumáticos de automóvil.

Conclusiones

Debido a los éxitos de la aplicación de la economía circular en los países de la Unión Europea se observan nuevas tendencias en la configuración de las prioridades estratégicas del desarrollo de la economía nacional de Ucrania. La experiencia de los países europeos permite estimar los cambios potenciales que tendrán lugar en los países donde el desarrollo de la economía circular se convierte en una de las tareas más importantes, a saber:

1) el gobierno como el principal impulsor del desarrollo "verde" debería cambiar la estructura de la contratación pública y centrarse en unos modelos de producción ambientalmente racionales;

2) las autoridades legislativas y ejecutivas deberían prestar un apoyo legislativo y regulatorio para el funcionamiento de la economía circular, utilizando la experiencia de países europeos con sistemas legales e institucionales similares;

3) las entidades comerciales deben anticipar los cambios en las condiciones del mercado y las tendencias mundiales, modernizando su producción e invirtiendo en el procesamiento;

4) se formarán nuevos modelos de negocio, desde los simples, relacionados con el reemplazo de un componente por el otro, del cambo de las materias primas y los materiales, hasta los complicados, que implican el surgimiento de nuevas relaciones de producción o que darán el origen a las nuevas relaciones de producción dentro de la empresa y un cambio completo o parcial del proceso tecnológico;

5) cambiará la estructura de la demanda de mano de obra, se requerirán nuevos especialistas en diseño y producción;

6) deberían establecerse instituciones financieras y deberían desarrollarse programas para financiar proyectos de reciclaje de residuos u otras formas de su eliminación.

Referencias:

1. Tsyrkuliarna ekonomika ta perevagy dlia suspilstva. [Електронний ресурс]. —Режим доступу: http://www.clubofrome.org.ua/wp-content/uploads/2017/08/The-Circular-Economy-CoR_UA-2.pdf
2. España Circular 2030? Comentario al borrador de la estrategia española de economía circular. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/330444192_Espana_Circular_2030_Comentario_al_borrador_de_la_estrategia_espanola_de_economia_circular
3. Tsyrkuliarna ekonomika. Organizatsiyno-pravovi aspekty. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.businesslaw.org.ua/circle-economic-t/
4. Situación y evolución de la economía circular en España. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://cotec.es/media/informe-cotec-economia-circular-2019.pdf

5. Economía circular: definición, importancia y beneficios. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.europarl.europa.eu/news/es/headlines/economy/20151201STO05603/economia-circular-definicion-importancia-y-beneficios

Hlukhovska Yuliia
«Économie internationale»,3^{e}année
Université économique nationale de Kyiv Vadym Hetman
Directeur scientifique — professeur agrégé de la chaire des langues étrangères et de la communication interculturelle V.E.Turchaninova

PLURILINGUISME COMME UN AVANTAGE CONCURRENTIEL POUR LES INNOVATIONS DANS LE DOMAINE DU TOURISME

Le fonctionnement efficace du business est impossible sans la composante innovante dans la phase actuelle du développement de la société. La reproduction des idées réussies ne donne pas forcément le résultat escompté, car l'environnement économique exige de son acteur des approches novatrices, dès lors, l'obtention d'un avantage concurrentiel est indispensable pour la réalisation des objectifs fixés.

Dans le monde globalisé, l'un de tels avantages stratégiques pourrait devenir le plurilinguisme, qui signifie la capacité d'utiliser simultanément des langues différentes en vue de la communication et de la participation dans les relations interculturelles, quand une personne, comme représentant d'une certaine société, doit posséder des compétences de différents niveaux et l'expérience de plusieurs cultures [1]. Par conséquent, tenant compte des processus sur le plan mondial et l'interconnexion des environnements commerciaux des pays différents, le plurilinguisme devient un facteur important tant pour la progression personnelle dans la carrière que pour le développement de l'entreprise ou même de la branche entière.

C'est exactement l'industrie touristique qui représente une plateforme, où il est possible d'appliquer ses qualités créatives en construisant de nouveaux produits. La connaissance des langues étrangères est également essentielle, puisque pour ceux qui travaillent dans le tourisme cet élément pourrait constituer un avantage concurrentiel significatif. Pourtant, dans le monde moderne, la maîtrise d'une seule langue étrangère ne suffit plus, le plurilinguisme a dorénavant une valeur plus grande et il joue un rôle crucial dans les secteurs où existe le facteur migratoire, c'est-à-dire le passage de la frontière, notamment par des personnes physiques.

La zone touristique est l'endroit des interactions territoriales, qui établissent les liens entre les particularités socio-culturelles, naturelles, héréditaires et techniques. Pour résister à la concurrence, l'industrie du tourisme doit constamment s'adapter non seulement aux besoins des touristes mais aussi à l'évolution des sociétés [2]. En considérant le tourisme dans la perspective sectorielle, il convient à noter, qu'il réunit les plans différents des civilisations, dont la manifestation éclatante est la diversité linguistique. Ainsi, dans le business touristique, le plurilinguisme devient l'un des aspects essentiels de l'activité, qui contribue à sa croissance.

En 2018, le nombre total de touristes dans le monde entier atteignit 1,4 milliard de personnes et le revenu dans ce secteur fit 1,7 trillion de dollars. Les profits dans le domaine du tourisme progressaient plus rapidement que l'économie mondiale: 4,4% contre 3,6% de la croissance du PIB mondiale. L'objectif de 56% des touristes est le loisir, pour 27% c'est la visite d'amis, des motifs religieux ou thérapeutiques [3]. Conséquemment, le tourisme représente un secteur profitable de l'économie où les voyageurs choisissent leur trajet principalement eux-mêmes, en s'appuyant sur leurs propres préférences, lesquelles il est possible d'influencer.

Pour les pays multilingues, le facteur de l'utilisation de plusieurs langues dans la vie quotidienne ne dépasse pas le cadre habituel. Le plurilinguisme est de plus en plus perçu comme quelque chose de normal, comme l'emblème de l'identité, la composante essentielle de la culture, mais aussi comme la valeur économique à soutenir. C'est là que réside le potentiel pour le développement du tourisme. L'existence des particularités historiques, culturelles et sociales subordonne l'utilisation des langues différentes, et en même temps, les directions touristiques ne sont pas saturées grâce aux multiples facettes de l'environnement, qui conditionnent l'élargissement de la palette des services touristiques.

Tableau 1

LE TOURISME DANS LES PAYS MULTILINGUES, EN 2016 [4-5]

	Bélgique	**Suisse**	**Finlande**	**Ukraine**
La superficie (km²)	30 528	41 277	338 145	603 550
La population (en millions de personnes)	11,3	8,4	5,5	42,6
Le nombre de touristes entrants (en millions de personnes)	7,5	9,2	2,8	13,3
Les dépenses des touristes internationaux (en milliards de dollars)	16,5	18,9	5,2	5,3
Le revenue du tourisme (en milliards de dollars)	8,8	19,2	2,7	1,7
Tourisme, % de PIB	5,4	8,5	8,5	5,6

Le secteur du tourisme en Ukraine évoluait durant les deux dernières décennies. Si en 2000 le nombre de touristes qui choisissaient l'Ukraine comme son lieu de destination dépassait légèrement 4 millions de personnes, en 2016 le chiffre était de 13 millions de personnes, ce qui représente l'accroissement de 325 %. Cela permet de conclure que l'attractivité du pays pour les voyageurs internationaux augmentait pendant toutes ces années.

Les dépenses des touristes internationaux en 2016, qui constituaient 5,3 milliards de dollars, étaient aussi supérieures de 10 fois par rapport à l'année 2000, quand elles faisaient seulement près de 550 millions de dollars. Le revenu du tourisme s'appréciait également: en 2016 le profit était en hausse de 310 % , à 1,7 milliards de dollars contre 520 millions de dollars en 2000. Il convient de mentionner que 792 000 personnes travaillaient dans le domaine touristique du pays en 2018 [4], ce qui représente 4,5 % de la population économiquement active [6].

Actuellement, il existe de multiples services touristiques en Ukraine qui incluent de nombreux types de tourisme, comme historique, écologique, extrême, gastronomique, festif et ainsi de suite. En plus, après le succès en 2019 de la mini-série télévisée dramatique historique «Tchernobyl», qui décrit la catastrophe nucléaire survenue en avril 1986 en Union soviétique et les efforts de décontamination, le taux de fréquentation de Tchernobyl augmenta considérablement: le flux de touristes dans la zone d'exclusion progressa de 40% et à la fin de 2019 atteignit près de 95 000 personnes [7].

Du fait des progrès spectaculaires de la technologie, le tourisme en ligne commence à prendre de l'importance. Récemment la popularité des excursions virtuelles augmente rapidement, les musées connus, comme le Louvre à Paris ou Museum of Modern Art à New York, proposent des visites sur Internet. En Ukraine les tours virtuels sont possibles pour le Musée National de Taras Schevchenko, le musée national de l'histoire de l'Ukraine dans la Seconde Guerre mondiale, le musée de Khanenko, le musée de Tchernobyl, ainsi que pour la Laure de Kyiv-Petchersk et pour la cathédrale Sainte-Sophie, qui sont inscrites au patrimoine mondial de l'UNESCO.

Dès lors, le plurilinguisme pourrait devenir un instrument, qui assurerait l'originalité des innovations et les distinguerait parmi les autres. En créant de nouveaux produits touristiques ou en développant de nouveaux circuits touristiques il faut tenir compte de la présence des particularités linguistiques qui, à condition qu'elles soient exploitées, permettraient à augmenter la compétitivité du projet.

En Ukraine, comme dans les autres pays multilingues, plusieurs langues sont utilisées dans la vie quotidienne, ce qui s'explique par la diversité du développement historique et culturel: en Ukraine habitent les représentants de plus de 130 groupes ethniques qui sont locuteurs de 79 langues. Donc, notre pays pourrait parvenir à la croissance du domaine touristique par la combinaison des capacités existantes, comme une riche diversité naturelle, historique, culturelle, ainsi que linguistique.

Ainsi, dans les réalités ukrainiennes, le plurilinguisme peut être utilisé en tant que la base pour les innovations, qui donne l'avantage concurrentiel, particulièrement dans le domaine touristique, en encourageant le tourisme multiculturel en Ukraine.

Références:

1. Європейський досвід впровадження плюрилінгвізму в систему освіти / Н.Петриченко // Нова парадигма. — 2017. — Вип. 132. — С. 52–64 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.novaparadigma.npu.edu.ua/index.php/novaparadigma/article/download/34/20/
2. Innovation, authenticité et développement durable. Quel point de rencontre pour les organisations touristiques collaborant dans un réseau? / Isabelle Falardeau, Pascale Marcotte, Laurent Bourdeau. — 2017. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://scholarworks.umass.edu/ttra/2017/Grad_ Student_Workshop/9/
3. International Tourism Highlights. 2019 Edition [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152
4. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://knoema.ru/atlas
5. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.ceicdata.com/en/countries
6. Економічно активне населення за регіонами у 2018 році [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2018/rp/rp_reg/reg_u/ean_2018_u.htm
7. HBO show success drives Chernobyl tourism boom [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.reuters.com/article/us-ukraine-chernobyl-tourism/hbo-show-success-drives-chernobyl-tourism-boom-idUSKCN1T51MF

Казміренко А. В.
«Міжнародна економіка та менеджмент», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — старший викладач кафедри іноземних мов
і міжкультурної комунікації Турчанінова В. Є.

ВПЛИВ ЕКОЛОГІЧНИХ ТРЕНДІВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ НА ІНДУСТРІЮ МОДИ В УКРАЇНІ

Мода є важливою частиною світової економіки, вартість якої становить 2400 мільярдів доларів за індексом глобальної моди McKinsey.Водночасця індустрія є другою найбільш шкідливою для довкілля після нафтової промисловості. Саме тому для цього сектору економіки є актуальною проблема сталого розвитку, метою якого є встановлення балансу між задоволенням сучасних потреб людства і захистом інтересів майбутніх поколінь. Враховуючи необхідність у безпечному і здоровому довкіллі, ми можемо вважати сталий розвиток важелем інновацій, який спонукає до переосмислення екологічних проблем.

Сьогодні індустрія моди спричиняє 10% викидів CO_2 та щорічну вирубку 70 млн дерев для виробництва штучних волоконздебільше нафтохімічного походження, таких як віскоза, поліестер або ліоцел, переробка яких провокує токсичні викиди.У період з 2000 по 2016 рік виробництво синтетичних тканин,з яких виготовляється переважна кількість одягу,зросло майже втричі з 8,3 до 21,3 млн т. Згідно зі звітом Грінпіс за 2017 рік, 60 % одягу сьогодні містить поліестер, а до 2030 року ця частка може зрости до 63 %. Для виробництва синтетичних волокон дійсно необхідно менше води, пестицидів та добрив, ніж для виготовлення бавовни, але водночас викиди CO_2 від використання палива збільшуються в 3 рази.

Щодо бавовни, спосіб, у який вона культивується сьогодні, більше не є природнім, зараз для вирощування 1 кг бавовнипотрібна величезна кількість води, а саме 5400 л. Крім того, для забезпечення хороших врожаїв виробники використовують багато добрив, пестицидів та гербіцидів, а під час збору врожаю, щоб відокремити бавовняні волокна від листя додатково застосовують дефоліанти. Деякі виробники користуютьсяспеціальними засобами для апретування та фарбування бавовни, до складу яких входять важкі метали і хром. Всі ці токсичні речовини залишають негативний відбиток на майбутніх поколіннях. Слід зазначити, що кожен мешканець планети щороку використовує в середньому 10 кг бавовняних виробів.

Загалом текстильне виробництво потребує величезної кількості води, а саме від 6 до 9 мільярдів літрів, більша частина якої змивається у водні шляхи, забруднюючи їхвідбілювачами, кислотами, фарбами і барвниками. Щорічно ця індустрія споживає 132 000 000 тонн вугілля, а 60 мільярдів з більш ніж 100 мільярдів предметів одягу люди викидають протягом 12 місяців після їх придбання, таким чином з’являється велика кількість одягу, який акуму-

люється на звалищах. У Сполучених Штатах лише 15 % непотрібного одягу передається тим, хто має в ньому потребу, або переробляється, а 85 % — відправляється на звалище. Таким чином, на сьогоднішній день велика увага має приділятися відповідальному споживанню.

Використання менш забруднюючих матеріалів може зменшити вплив на навколишнє середовище, наприклад,органічна бавовна та льон можуть знизити цей ефект на чверть. Матеріали тваринного походження, такі як вовна, шкіра або шовк, довговічні, але при цьому необхідно контролювати умови розведення тварин.

Що стосується України, то можна навести приклади цікавих новихнаціональних проектів, які дотримуються тенденцій свідомої моди: Київський ринок вінтажних товарів Kyivness, Кураж базар, круглі столи UkrainianFashionWeekна тему сталого розвитку.Модельєри все більше і більше створюють одяг із традиційно українських природніх матеріалів, віддаючи перевагульону екологічного походження(такі бренди, як Uroboros, Ushakova Design, Pelagia Clothing), водночас в Україні відрожується виробництво тканин з коноплі для виготовлення одягу та навіть взуття, зокрема компанією DevoHome.

Оскільки мода стала однією з найбільш забруднюючих галузей у світі, наврядчи можна залишити поза увагою проблеми екології, і самечерез вище згадані тренди соціально відповідальна мода досягне масового споживача і змінить ставлення до навколишнього середовища, природи та людей, а завдяки тому, що українська індустрія моди дуже молода і творча, вона має всі шанси для сталого розвитку.

L'INFLUENCE DES TENDANCES ÉCOLOGIQUES DU DÉVELOPPEMENT DURABLESURL'INDUSTRIE DE LA MODE EN UKRAINE

La mode représente une part importante de l'économie mondiale avec une valeur estimée en 2016 à 2400 milliards de dollars par le McKinsey Global Fashion Index. En même temps, l'industrie de la mode est la deuxième la plus polluante après celle du pétrole. C'est pourquoi, pour ce secteur de l'économie le problème du développement durable est urgent, dont l'objet est de trouver un équilibre entre la satisfaction des besoins modernes de l'humanité et la défense des intérêts des générations futures. En prenant en compte les besoins de la population dans un environnement sûr et sain, nous pouvons considérer le développement durable comme un levier d'innovation, car il existe une occasion de repenser nos problèmes environnementaux.

Aujourd'hui le secteur serait responsable de 10 % des émissions de CO_2, de l'abattage annuel de 70 millions d'arbres pour la production de fibres artificielles majoritairement d'origine pétrochimique, comme la viscose, la rayonne où le lyocell, dont le traitement provoque des émissions toxiques.Entre 2000 et 2016, la production de cesmatériaux a presque triplé, passant de 8,3 et 21,3 millions de tonnes. D'après le rapport de Greenpeace, daté de juillet 2017, 60 % des vêtements contiennent aujourd'hui du polyester, dont la part pourrait passer à 63 % d'ici 2030. Les fibres synthétiques consomment moins d'eau, pesticides, engrais que le coton, mais si on prend en compte les énergies fossiles nécessaires à leur production, les émissions de CO_2sont trois fois supérieures

Contrairement à ce que l'on pourrait penser du coton, la manière dont on le cultive aujourd'hui n'a plus grand-chose de naturel. Sa cultivationnécessite une immense quantité d'eau, environ 5 400 litres pour en produire 1 kg. En plus, pour s'assurer de bons rendements, les producteurs exploitent énormément d'engrais, de pesticides et d'herbicides et lors de la récolte, pour séparer les fibres de coton des feuilles, on applique un produit défoliant également toxique. Certains industriels utilisent des additifs et lorsqu'on le teint, on le fait par le biais de métaux lourds et de chrome. Tous ces produits toxiques laissent une empreinte négative sur les générations futures. Il est à noter que chaque habitant de la planète utilise en moyenne 10 kg de produits en coton chaque année.

En général, la production textile consomme une quantité d'eau considérable, de 6 à 9 milliards de litres, qui sont en grande partie évacués dans des cours d'eau chargés d'agent de blanchiment, d'acides, de peintures et de colorants. Chaque année l'industrie consomme 132 millions de tonnes de charbon et 60milliards de plus de 100 milliards de vêtements sont jetés 12 mois après leur achat. Il y a donc une grande quantité de vêtements inutiles accumulés dans les décharges. Aux États-Unis, seulement 15% des vêtements jetés seraient donnés ou recyclés et 85% sont envoyés à la décharge. Ainsi, il faut aujourd'hui accorder une grande attention à la consommation responsable.

Les matériaux moins polluants pourraient réduire l'empreinte environnementale, par example,le coton bio et le lin pourrait diminuer cet effet d'un quart. Les matériaux d'origine animale comme la laine, le cuir ou la soie sont durables, mais il faut contrôler les conditions d'élevage et d'abattage pour que l'animal soit bien traité.

En ce qui concerne l'Ukraine, on peut citer de nouveaux projets nationaux intéressants, adhérant à des tendances de la mode conscientes: marché des produits vintage Kyivness, le Courage Bazaar, les tables rondes de la Fashion Week ukrainienne et d'autres.Les créateurs de mode créent de plus en plus de vêtements à partir de matériaux naturels ukrainiens traditionnels, préférant le lin d'origine écologique (telles marquesque Uroboros, Ushakova Design, Pelagia Clothing). Parallèlement, l'Ukraine relance la production de tissus de chanvre destinés à la confection de vêtements et même de chaussures (notamment la marque DevoHome).

Puisque la mode est devenue l'une des industries les plus polluantes au monde, il est difficile d'ignorer ce sujet. C'est grâce à de telles tendances la mode durable atteindra le consommateur de masse et changera l'attitude envers l'environnement, la nature et les gens. Et comme l'industrie ukrainienne de la mode est très jeune et créative, elle a toutes les chances d'évoluer.

References:

1. [Електронний ресурс]:https://etudierlamode.com/2018/09/03/la-mode-et-lenvironnement/
2. [Електронний ресурс]:https://www.novethic.fr/actualite/social/consommation/isr-rse/infographie-fashion-week-de-paris-la-mode-est-la-2e-industrie-la-plus-polluante-au-monde-144864.html
3. [Електронний ресурс]: https://www.lemonde.fr/m-mode/article/2018/09/28/l-eveil-ecologique-de-l-industrie-de-la-mode_5361410_4497335.html
4. [Електронний ресурс]:https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/the-state-of-fashion-2019-a-year-of-awakening
5. [Електронний ресурс]:https://www.ecowatch.com/council-for-textile-recycling-launches-initiative-promoting-clothing-r-1881564887.html

ПЛАТФОРМА 5
КРЕАТИВНІ ІДЕЇ ТА ІННОВАЦІЙНІ ПРОЕКТИ У МІЖНАРОДНІЙ ТОРГОВЕЛЬНО-МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Абросімова А. Д.
"Міжнародна економіка", 4 курс
ДВНЗ "Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана"
Науковий керівник- д.е.н., проф., проректор Оболенська Т. Є.

ЕКОЛОГІЗАЦІЯ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ

Можна впевнено сказати, що зі стрімким розвитком технологій та глобалізації, постійним приростом населення та збільшенням кількості споживаних товарів, міжнародна логістика стає все більш затребуваною у світовій спільноті. Відповідно логістичні процеси та операції є важливою частиною кожної компанії і роблять хороший і прибутковий бізнес. Однак логістика має дуже значний вплив на навколишнє середовище, загалом створюючи приблизно 28% глобальних викидів CO2 в атмосферу (73 % цих викидів- автомобільний транспорт). Перші занепокоєння згубними наслідками логістики були висловлені ще в середині минулого століття, але особливого розвитку отримали тільки за останні десятиліття, внаслідок загострень глобальних екологічних проблем і дефіциту природних ресурсів. Дотримання принципів стійкого розвитку і глобальна конкуренція змушує велику кількість компаній та установ зменшувати значення викидів вуглецю і відходів; виробляти більш надійні і екологічні товари, які мінімально шкодять навколишньому середовищу; рухаються вперед із почуттям соціальної відповідальності та проектувати більш чисті виробничо-збутові процеси. Як наслідок, виникає і активно розвивається нове поняття і напрям- "зелена логістика".

Україна, на жаль, все ще відстає від рівня екологічних інновацій і нововведень країн-сусідів, але розвиток "зеленої логістики" відіграє важливу роль не тільки для національної економіки, але і для інтеграції нашої країни у європейську спільноту.Тому метою даного дослідження є аналіз здобутків міжнародних компаній у цій сфері, задля виизначення переваг та можливостей ефективної екологізації логістичної діяльності компаній України.

Відповідно до опрацьованої наукової літератури [1–4], можна дати таке визначення поняття "зелена логістиа", як управління, контроль та організація потоку товарів, вантажів, енергії, інформації та послуг між точкою походження і точкою споживання без мінімальної шкоди для навколишнього середовища.

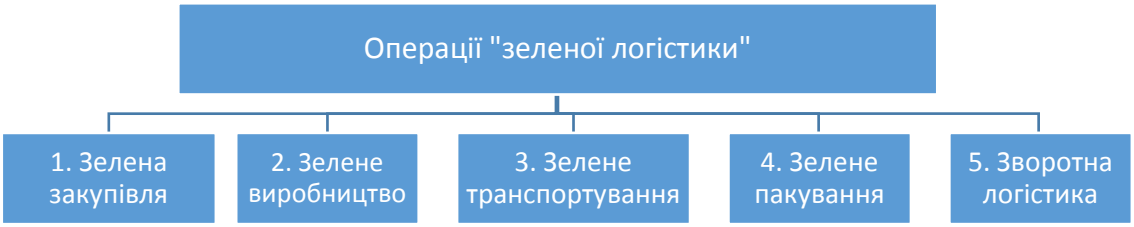


Рис. 1. Класифікація "зелених" логістичних операцій

Джерело: розроблено автором на основі [4]

Таким чином, зелена логістика передбачає:

1) закупівлю матеріалів і сировини, які мають менше шкідливого впливу на здоров'я людини та навколишнє середовище, закупівля продуктів з переробленим вмістом (вторинна продукція);

2) виробництва товарів і послуги з меншою кількістю відходів і енерговитрат.

3) вибір палива і технічних характеристик транспортних засобів, краще планування навантаження і частоти , таким чином, щоб зменшити щоб зменшити регіональні викиди вуглецю.

4) "екологічна упаковка", як метод упаковки, який береже здоров'я людини та тварин, а також навколишнє середовище, використовуючи багаторазові чи перероблені матеріали, або ті, що повністю складаються з природного рослинного матеріалу.

5) переробка небажаних матеріалів (відходи, коробки, пляшки, папери, тощо) та використання повернутої або несправної продукції.

Для більшої зручності приклади використання принципів "зеленої логістики" міжнародними компаніями можна подати у вигляді наступної таблиці, яка поєднює данні з нововведень компаній за останні роки:

Таблиця 1

ДІЯЛЬНІСТЬ КОМПАНІЙ У СФЕРІ «ЗЕЛЕНОЇ» ЛОГІСТИКИ

Компанія	Проекти у сфері «зеленої» логістики
Amazon	Планує до 2030 р. реалізовувати половину своїх доставок у "зеленому" режимі (без викидів вуглецю); інвестиції у проекти Amazon Solar Farm, Amazon Wind Farm і розміщення сонячних батарей на дахах складських приміщень; перехід на картонні упаковки та ініціатива Give Back Box; патент на використання дронів
DHL	Сервіс «GoGreen» передбачає підрахування викидів CO2 при транспортуванні кожного вантажу. Клієнт може заплатити на 3% більше стандартних тарифів, а компанія інвестує ці кошти в програми захисту клімату по всьому світу
FST Logistics	Спонсор і учасник програм Smartway EPA, Green Power Partnership, RECS та Green Spot Columbus; прибирання і переробку сміття по всьому місту, яке використовується потім для обігріву приміщень; встановила освітлення датчиками руху на своїх складах.
UPS	Придбала 130 автомобілів з гібридними двигунами, які в рік: будуть споживати на 66 тис. галонів палива (на 35 %) менше ніж транспорт із двигуном внутрішнього згорання; зменшать викиди CO2 також на 671 тонну
Alliance Shippers Inc.	Встановила нові холодильні установки EverGreen і інвестувала в сонячні батареї, щоб зарядити акумулятори в своїх причепах, знизити витрату палива, що дозволить перевозити холодильні товари через національну залізничну систему, зменшивши випуск CO2 на 67 %
DSC Logistics	У компанії є кілька програм сталого розвитку, які включають ініціативу щодо скорочення викидів, перепроектування мережі та спільну консолідацію транспортування. Завдяки чому DSC досягла 12 %-го скорочення викидів вуглецю за 2017 рік
Green Cargo	Вклад інвестицій у локомотиви з низьким споживанням енергії
Xerox	Програма повторного перероблення відпрацьованих картриджів, що за останні 20 років допомогло скоротити кількість відходів на 66 тис.тон
Toyota	В логістичному центрі «Тойота» почали використовувати 2 вітрові турбіни, кожна з яких буде виробляти 3 МВт електроенергії, а їх щорічна виробнича потужність становитиме 17,1 МВт/год. Крім того, на заводах компанії у Великобританії та Франції встановлені сонячні панелі для виробництва електроенергії
iGPS Logistics	Пластикові піддони підлягають 100 % переробці, на 35 % легші, ніж дерев'яні, та включають RFID-технологію відстеження, завдяки чому вони рідко втрачаються. Це сприяє скороченню вирубки лісів і зниженню викидів CO2
FGI Universal	Компанія інвестує частину виручки від кожного замовлення на очищення океану, реконструкцію застарілих дамб, підтримку програм проти зниження рівня річок та зміни температури океанічної води.
Deutsche Bahn Schenker Rail	У рамках проекту Eco Plus компанія: отримує електрику для своїх електровозів з відновлюваних джерел енергії, при чому за рахунок додаткових зборів з клієнтів, машини яких перевозить, наприклад з автоконцерну Audi; Компанія вперше в залізничій практиці запропонувала спосіб перевезення вантажів, що повністю виключає викид вуглекислого газу; до 2020 року компанія скоротила викид CO2 на 20 % порівняно з 2006 роком
Johnson&Johnson	Програма «Здорове майбутнє 2015», скорочення викід CO2 28тис. власних та лізингових транспортних засобів на 20 %, шляхом підрахування коефіцієнта продуктивності пального.
Nord Stream AG	Під час будівництва «Північного потоку» завдяки використанню концепції «зеленої» логістики вдалось:зекономити близько 60 млн євро; досягнути найбільш безпечного й екологічного способів транспортування газу по всьому світу; отримати скорочення викидів CO2 в атмосферу упрдовж 50 років експлуатації газопроводу становитиме 200 млн тонн
Landsec	Компанія знизила енергоємність на 14,3%, запровадивши ініціативи з енергозбереження; Це привело до економії витрат у розмірі 3,6 млн дол. США у 2017 році
Novo Nordisk	Завдяки участі в RE100 компанія вже отримує 79 % своїх потужностей для виробництва з відновлюваних джерел і мала на меті 100 % енергії з відновлюваних джерел в 2020 р.
LG Display	З 2013 по 2017 компанія розробила та інвестувала в 156 технологій скорочення води (повторного використання води), щоб заощадити близько 4,61 мільярда KRW (4 мільйони доларів США)

Джерело: розроблено автором на основі [6-10]

Як ми знаємо, основна мета кожної організації бізнесу- отримання прибутку, а з реалізацією концепцій "зеленої логістики" українські компанії можуть досягти більшої економічної ефективності за рахунок заощадження ресурсів і скорочення витрат; підвищення задоволеності клієнтів і міцності позиції на ринку; створення нових ринкових можливостей та конкурентних переваг, а отже,- і позитивного довгострокового впливу на фінансові результати діяльності.

Ідеальним рішенням для зменшення споживання енергії можуть бути автоматизовані склади з використанням нових технологій, наприклад: штрихове кодування, радіочастотна ідентифікація (RFID) та автоматизовані системи зберігання та пошуку (ASRS). Використанням вторинних матеріалів, утилізація відходів виробництва і упаковки товарів зменшує ресурсне навантаження і кількість необхідних перевезень, забезпечує раціоналізацію місця на складах і систематизацію. Ефективне планування навантаження, часу і маршруту доставки, технічних параметрів транспортних засобів і самого типу пального веде до зменшення його використання і викидів CO2. Окрім цього, Україна має потенціал для використання відновлювальних джерел енергії і більш екологічних видів транспорту, як залізничний і водний, в логістичній діяльності. Дотримання національних і міжнародних екологічних стандартів і норм допоможе зменшити податкове навантаження і уникнути штрафів, а також створить позитивний імідж компанії.

На шляху до екологізації логістичної діяльності України значну роль відіграє також діяльність уряду з залучення інвестицій та розробки і встановлення ефективної законодавчої бази, механізів і інструментів стимулювання, заохочення і впровадження принципів "зеленої логістики" та еко-технологій, задля підтримки рівноваги між навколишнім середовищем, економікою та суспільством і подальшого сталого розвитку.

Література:

1. Вопросы экологизации в логистических процессах в условиях глобализации, Андреева Е.Ю.,Финансовые Исследования № 3(56), 2017. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://cyberleninka.ru/article/n/voprosy-ekologizatsii-v-logisticheskih-protsessah-v-usloviyah-globalizatsii

2. Веб-портал "GreenLogistics". [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.greenlogistics.org/

3. Green and Reverse logistics as the tools for improving environmental sustainability, Bohdan Andrushchak, May 2018. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.theseus.fi/handle/10024/147256

4. GREEN LOGISTICS FOR SUSTAINABILITY, Sevgi TÜZÜN RAD, Yavuz Selim GÜLMEZ.- Int. Journal of Management Economics and Business, Vol. 13, No. 3, 2017.

5. Benefits Of Green Supply Chain, Global Supply Chain Group, 2017. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://globalscgroup.com/benefits-of-green-supply-chain/

6. Food Logistics Names 2018 Top Green Providers. Food Logistics, JUNE 18, 2018. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.foodlogistics.com/awards/article/21006517/food-logistics-top-green-providers-2018

7. World’s Top Green Businesses Revealed, MH&L Staff | Jan 22, 2019. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.mhlnews.com/global-supply-chain/world-s-top-green-businesses-revealed

8. The Influence of Green Innovation in Logistics Competitiveness and Sustainability. The DHL Case Study, Silvia Cosimato. 17th Toulon-Verona International Conference, 2018. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://sites.les.univr.it/eisic/wp-content/uploads/2018/07/Cosimato-Troisi.pdf

9. Xerox Green World Alliance [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.xerox.com/perl-bin/product.pl?mode=recycling&referer=xrx.

10. Кизим А. Современные тренды «зеленой» логистики в условиях глобализации / А. Кизим, Д. Кабертай // Логистика. — 2015. — № 1. — С. 46–49.

Базилюк Р. С.
«міжнародна торгівля товарами військового та подвійного призначення», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри міжнародної торгівлі та маркетингу Олефіренко В. В.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ВІЙСЬКОВО-ПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ

Вступ. На сьогодні все більше відслідковується тенденція до нарощування військової потужності в багатьох країнах світу, постійне підвищення військового потенціалу країн-лідерів у виробництві зброї та збільшення імпорту зброї серед країн-споживачів. Однак нерівність економічних, технологічних та соціально інтелектуальних потужностей країн саме й визначає їхні можливості щодо виробництва й трансферів зброї. Більше того, часто виробники зброї виробляють свій товар у надмірній кількості, що й змушує державу його реалізувати. Так установлюється причинно-наслідковий зв'язок між виробництвом зброї, її трансферами та взаєминами в системі міжнародних відносин. Як результат, розвинені країни мають більший вплив на міжнародному ринку та вищий експортний потенціал, що в свою чергу негативно впливає на експортні можливості менш розвинених країн. Метою дослідження є виявлення основних складових експортного потенціалу військово-промислового комплексу (ВПК) та надання рекомендацій щодо його розвитку. На даний момент існує проблема управління експортом озброєння та військової техніки, що зменшує потенціал країни, а відповідно й прибутки компаній та держави в цілому. Саме тому дане дослідження є важливим для практичного використання в управлінні експортом озброєння та військової техніки.

Методи дослідження. В процесі написання тез було використано системний підхід у визначенні напрямів та методів стимулювання експортного потенціалу, а також чинників виробничого потенціалу. Метод групування було використано у класифікації держав за рівнем розвитку ВПК.

Огляд фахової літератури. Методологічною основою дослідження стали праці вчених, присвячені проблематиці експортного потенціалу ВПК, його визначенню, аналізу, особливостям, як в розрізі конкретної країни, так і галузі в цілому.

Особливостям експортного потенціалу ВПК присвятили свої дослідження зокрема, Бегма В.М., Аванесова Н.Е., Колодяжна Т.В, Коваль В.В, Щеглюк Б.П., Шемаєв В.М., Онофрійчук А.П., та інші.

Результати дослідження. Сучасний світовий ринок озброєнь, на відміну від попереднього десятиріччя, характеризується не стратегічною, а переважно комерційною конкуренцією. Політичні чинники, які домінували у сфері торгівлі зброєю у 70-80-ті або навіть 90-ті роки минулого століття, поступаються місцем ринковим.

Усі країни-експортери товарів військового та подвійного призначення розподіляються за рівнем розвитку та самостійності галузі ВПК, відповідно до цього формується експортний потенціал країни у даній галузі. За рівнем розвитку галузі ВПК держави поділяються на:

- Держави, спроможні до самостійних розробок та інновацій у військовому виробництві, впровадження новітніх технологій. Такі держави здатні забезпечити собі позицію лідера на ринку, послуговуючись власною науково-дослідною та виробничою інфраструктурою (США, РФ, КНР).
- Держави, котрі виробляють озброєння за новітніми або наближеними до них технологіями, однак, на відміну від країн попередньої групи, мають значно нижчі національні потреби в озброєннях та є обмеженими у власних можливостях щодо утримання потужного оборонно-промислового комплексу (Франція, Німеччина, Велика Британія).
- Держави, які мають військове виробництво посереднього рівня, що через економічні або політичні обмеження й проблеми належно не розвивається — не має істотних технологічних проривів (Україна, ПАР, Бразилія, Пн. Корея). [1]

Експортний потенціал ВПК визначається як частина його виробничого потенціалу, результати діяльності якого реалізуються в зовнішньоекономічній сфері. Варто підкреслити, що вихідною позицією щодо визначення рівня експортного потенціалу підприємства (галузі, країни) є величина виробничого потенціалу. При цьому трактування суті виробничого потенціалу розглядається — або як сукупність ресурсів, або як спроможність господарчої сис-

теми до випуску продукції, або як здатність виробничих сил до досягнення певного ефекту. [2, с. 20–21]

Тому в роботі визначені чинники виробничого потенціалу оборонних підприємств, які найбільше впливають на їх експортні можливості:

1. Технічні ресурси — структура, техніко-економічний та науково-технічний рівень виробничого обладнання та основних фондів.
2. Використання технічних ресурсів — фондовіддача, ресурсоємність виробів.
3. Науково-технологічні ресурси — інвестиції у НДДКР, їх перспективність, конкурентоздатність, інформаційне забезпечення науково-технічного пошуку та управління виробництвом.
4. Кадрові ресурси. Кваліфікація робітників та службовців, їх адаптаційна здатність до змін, в разі зміни цілей та завдань підприємства.
5. Ресурси управління. Характер та гнучкість управлінської системи, швидкість проходження управлінських рішень та інше.
6. Фінансові ресурси, що можуть вкладатися в розвиток виробництва. Стан активів, наявність кредитних ліній та інше.[2, с. 20-21]

Ключовими завданнями стимулювання експортної діяльності ВПК країни виступають:

– лібералізація/дерегуляція експорту озброєнь і військової техніки;

–ліцензування за спрощеними процедурами експортного контролю для підприємств ВПК під час ведення зовнішньої торгівлі;

– спрощення процедури отримання повноважень щодо експорту озброєнь та військової техніки через державних посередників;

– спрощення процедури отримання дозволів на право здійснення міжнародних передач товарів; [3]

Розвиток експорту оборонно-промислового комплексу передусім повинен ураховувати його потреби, тому розглянемо напрями стимулювання експортного потенціалу на таких рівнях:

– стратегічному: посилення міжнародного військово-політичного співробітництва та ефективна реалізація державної політики реформування та розвитку ВПК; вдосконалення бюджетної політики у сфері забезпечення національної безпеки;

– оперативному: розроблення особливого порядку ліцензування; захист інтелектуальної власності; поступове наближення озброєнь та військової техніки до стандартів ЄС та НАТО тощо;

– тактичному: вдосконалення системи експортного контролю. [3]

Висновки і пропозиції. Вирішення проблеми збільшення експорту продукції військового призначення та подальшого розвитку експортного потенціалу ВПК можливо за рахунок впровадження стратегічного управління, в ході якого особливу увагу керівників спрямовано на фактори внутрішнього та зовнішнього середовища (внутрішні ресурси, постачальники, конкуренти, державні структури, партнери тощо).

Ефективність діяльності сучасних підприємств ВПК визначається не тільки державним замовленням, а й вибраною довгостроковою стратегією на експорт військової продукції. При цьому дана галузь виступає як головна складова військово-економічної безпеки держави, оскільки забезпечує надходження іноземної валюти, підтримує зайнятість робочої сили та інфраструктуру оборонної галузі та використовує військове виробництво як каталізатор економічного та науково-технічного розвитку країни.

Література:

1. Аванесова Н.Е. Аналітичний погляд на експортні перспективи опк україни у контексті глобального ринку озброєнь / Аванесова Н.Е., Колодяжна Т.В.. // Вісник економіки транспорту і промисловості. — 2018. — № 64. — С. 111–112.
2. Стратегічне управління експортом продукції військовогопризначення та подвійного використання в контекстіекономічної безпеки держави : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. ек. наук : спец. 21.04.01 "Економічна безпека держави". — Київ, 2004. — 33 с.
3. Коваль В.В. Стимулювання розвитку експортного потенціалу оборонно-промислового комплексу / Коваль В.В.. — 2018. — № 27. — С. 67.

Галицька Я. О.
«Міжнародна економіка», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри міжнародної торгівлі і маркетингу Сандул М. С.

СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ РОБОТОТЕХНІКИ

Головною особливістю світової економіки на сучасному етапі є перехід від ери промислової автоматизації до використання передових автоматизованих чи роботизованих систем у виробництві. Широке впровадження інформаційних і комп'ютерних технологій змінило концепцію автоматизації. Світовий ринок робототехніки все більше набирає обертів. Зростання попиту на роботів супроводжується зниженням вартості на них. У більшості галузей економічно розвинених країн роботи вже довели свою ефективність, що призвело до підвищення глобального попиту на них.

Метою роботи є визначення основних світових тенденцій розвитку ринку робототехніки,виявлення основних напрямів розвитку робототехніки та виокремлення перспективних напрямів виробництва та інвестицій в даній сфері.

Питанням розвитку ринку робототехніки в сучасному суспільстві присвятили свої роботи такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як: Л.Ю. Андрєєва, Дж. Бессен [5], В.Є. Гімпельсон [6], Р. Гордон, М.І. Гусенка, С.П. Рощин, К. Сандрін, Г. Хольцер і О. Резніченко [7] та ін. Також дане питання було досліджено такими міжнародними організаціями та інститутами: Міжнародна федерація роботів [4], Європейська комісія, ОЕСР, Глобальний інститут McKinsey [8], Бостонська консалтингова група [9] та ін.

На сучасному етапі розвитку робототехніки, на думку В.Б. Струтинського,

В.Є. Юмашева, О.М. Кравеця, доцільно ввести класифікацію всіх робототехнічних систем [10]. Усі роботи, які існують на даному етапі, можна розділити на три основних класи: промислові роботи, сервісні та роботи спеціального призначення.

Незважаючи на те, що загальне число встановлених в світі роботів ледь перевищує 2 млн одиниць, активна роботизація залишила помітний слід у світовій економіці. Всесвітній економічний форум оцінює в 29% частку світового виробництва, яке вже певною мірою роботизовано. Поширення роботів триватиме, і до 2021 року загальна кількість введених в експлуатацію промислових роботів подвоїться в порівнянні з сьогоднішнім днем. З 2019 по 2021 рр. буде продано ще майже 1,7 млн пристроїв (табл. 1). Щорічно продажі можуть зростати в середньому на 14 % [1].

Таблиця 1

ДИНАМІКА ПРОДАЖУ ПРОМИСЛОВИХ РОБОТІВ ЗА РЕГІОНАМИ У 2016–2021РР., ТИС. ШТ.

	2016	2017	2018	2019	2020*	2021*
Європа	41	46	44	49	56	64
Америка	56	66	71	75	83	94
Азія/Австралія	191	262	298	351	405	463

Джерело: складено автором на основі [4].

Настільки значне зростання ринку промислової робототехніки викликане низкою факторів. Головний з них — триваюча масштабна модернізація китайської промисловості: близько третини всіх світових продажів промислових роботів припадає на КНР. Інший фактор, що сприяє роботизації, — застосування 3D-друку композитними матеріалами та інших нових технологій для виробництва роботів, які роблять їх дешевшими, доступнішими і якіснішими [1].

Компанії-виробники промислових роботів розподіляються на три регіони: Північна і Західна Європа, США, Південно-Східна Азія. З 13 найпомітніших виробників промислових роботів на міжнародному ринку вісім — FANUC, Yaskawa, Kawasaki, Nachi, Denso, Mitsubishi, Epson і Omron — японські. Решта п'ять компаній — з Євросоюзу: ABB, Stäubli, Kuka, Comau, Universal Robots. Азія є найшвидше зростаючим ринком робототехніки в світі. Зростання ринку в 2018 р. становило 14% в порівнянні з 2017 р. Такий результат пояснюється в першу чергу стрімким розвитком економіки Китаю.

Тенденції розвитку світового ринку робототехніки характеризуються такими особливостями: швидкий ріст ринку миттєвої доставки, використання колаборативних роботів; нові

способи керування роботами; розвиток хмарної робототехніки; підвищенням показників ефективності виробництва при використанні роботів і навчанням нових співробітників за допомогою роботів та ін.

Однією з тенденцій на світовому ринку робототехніки є зростання попиту на колаборативні роботи. Колаборативний робот — це автоматичний пристрій, який може працювати спільно з людиною для створення або виробництва різної продукції. Зростання колаборативних маніпуляторів для безпечної і продуктивної роботи в заводських умовах є найбільш помітним фактором зростання промислових роботів . Наприклад, на заводі Ford в Німеччині роботи компанії Kuka працюють спільно з людьми над установкою амортизаторів в автомобілі Ford Fiesta. Іспанська компанія SEAT з виробництва та розробки автомобілів також успішно встановили двох унікальних колаборативних роботів. Вони працюють на початку складальної лінії і відповідають за прикріплення назв SEAT Ibiza та Arona на кришку багажного відсіку, рухаючись уздовж конвеєра пліч-о-пліч з працівниками заводу і не затримуючи процес [11]. За даними Міжнародної федерації робототехніки, у 2018 році було продано на 50 % роботів більше, ніж в 2017 р. У результаті обсяг ринку до 2018 р. досяг 8,7 млрд дол. США. За прогнозами експертів, з 2020 по 2021 рр. обсяги продажу професійних сервісних роботів щорічно збільшуватимуться в середньому на 21 % (рис. 1).

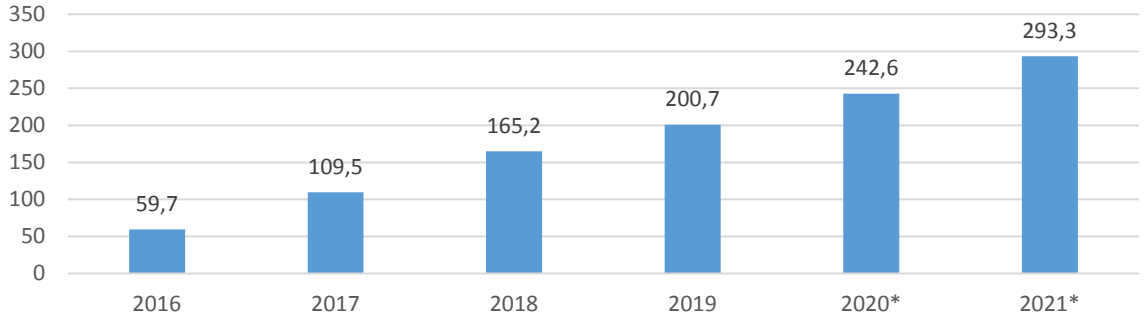


Рис. 1. Динаміка продажів професійної сервісної робототехніки в 2016–2019 рр., прогноз 2020–2021 рр., тис. од.

Джерело: складено автором на основі [4].

На сьогоднішній день швидко зростають продажі логістичних роботів, силових екзоскелетів, затребуваних як робочими на виробництві, так і літніми людьми з обмеженою рухливістю. Також, у зв'язку з пандемією в 2020 році, зростає попит на роботів в медичній сфері та роботів для роботи в громадських місцях.

Найбільш перспективним напрямом професійної сервісної робототехніки є логістичні роботи. За оцінками Міжнародної федерації робототехніки, в 2019 р. продажі логістичних роботів зросли ще на 66 %, а обсяг ринку досяг 4,9 млрд дол. США [12]. З 2020 по 2021 рр. продажі будуть збільшуватися щорічно не менше ніж на 18%. Високий попит на мобільних логістичних роботів буде підтримуватися завдяки розвитку всіх видів торгівлі, включаючи електронну.

Ринок персональних сервісних роботів також активно зростає. Люди постійно відчувають потребу в розвагах, навчанні, прибиранні приміщень або послугах безпеки. Роботизація таких послуг вже суттєво впливає на розвиток даного ринку. Так, в 2017 р. було продано близько 2,4 млн навчально-розважальних (з *англ*. edutainment) роботів і 6,1 млн побутових роботів (на 31 % більше, ніж в 2016 р.). Найкращі показники за період з 2016 по 2018 рр. демонстрував сегмент побутових роботів, в перспективі до 2021 року цей сегмент збереже лідерство. Велику частку в ньому будуть займати роботи для прибирання: пилососи, мийники вікон та ін.. Активно розвиватимуться роботи для освіти і розваг. Обсяг цього ринку може збільшитися з 0,5 млрд дол. США в 2019 р. до 2 млрд дол. США у 2021 р. [1].

Інвестиції в робототехніку продовжують рости швидкими темпами. У наведеній таблиці по десяти найбільших операціях 2018 року загальна сума фінансування перевищила 11,5 млрд дол. США. Для порівняння: десять найбільших угод 2017 р. в сумі склали 700 млн дол. США (зростання більш ніж в 16 разів). У 2017 р. всі найбільші інвестиції дісталися компаніям, що виробляють безпілотні транспортні рішення, в 2018 р. до них додалися виробники логістичних систем, штучного інтелекту та промислової автоматизації, а обсяги угод збільшилися в кілька разів [3].

Переважна більшість стартапів — із США, на другому місці Китай. Найактивніші компанії-інвестори та венчурні фонди — теж із США і Китаю, хоча потрібно відзначити великі

угоди японських компаній Toyota і SoftBank у сфері безпілотних автомобілів. Така активність американських і китайських компаній може свідчити, з одного боку, про сприятливе для підприємництва середовище, з іншого — про інвестиційну привабливість країн.

Отже, якщо говорити про тенденції на світовому ринку робототехніки, то можна виділити наступні.

- *Масова персоналізація (коботи)*. Розширення продуктових лінійок за рахунок подібних моделей стало трендом для виробників промислових роботів в 2016-2019 роках, включаючи моделі компаній Universal Robots (UR5), KUKA (LBR iiwa), Rethink Robotics (Baxter) і ін.
- *Підвищення ефективності впровадження роботів у виробництві*. Вартість впровадження роботів в промисловості падає, що веде до підвищення рентабельності роботів і зниження бар'єрів входу в галузь. Середня собівартість робіт, виконуваних роботом, становить 6 євро на годину [2]. За деякими даними, аналогічний показник для кобота в два рази менше — близько 3 євро за годину. Аналогічна робота, виконувана людиною, оцінюється по-різному в різних країнах і регіонах: 40 євро — в Німеччині, 12 євро — в США, 11 євро — в східній Європі і 9 євро — в Китаї.
- *Розвиток хмарної робототехніки*.
- *Поява нових бізнес-моделей*. З'являються компанії, які розміщують роботів на території замовника безкоштовно, а гроші беруть тільки за час роботи робота («robot-as-a-service», або «pay-as-you-go»). До 2020 року 30% сервісних роботів для професійного використання будуть працювати за цією моделлю (за прогнозом Міжнародної корпорації даних) [2].
- *Швидкий ріст ринку миттєвої доставки*. Онлайн-торгівля переживає стрімке зростання. Глобальний ринок уже практично поділений між найбільшими світовими компаніями: Amazon, JD.com, Alibaba й іншими. У зв'язку пандемією Covid 19 акції цих компаній стрімко почали рости. В квітні 2020 року акції Amazon зросли на 5,3 %. Зараз загальну капіталізацію компанії оцінюють в рекордні 1,1 трлн дол. США [13]. Це пов'язано з тим, що зростає попит на ключові послуги Amazon, серед яких онлайн-торгівля і надання серверів для розміщення інтернет-сайтів. Відбулося зростання кількості онлайн-замовлень після закриття магазинів в більшості країнах.

Що ж до тенденцій серед лідерів на світовому ринку робототехніки, на мою думку, Китай залишиться основним осередком зростання і розширить свій вплив. Установка робототехніки прискориться, незважаючи на зниження рівня щорічного приросту ВВП. Більше третини всіх світових поставок в 2020 році припаде на КНР. Очікується продовження зростання виробництва робототехніки в Пн. Америці і збільшення продажів у Бразилії. Наберуть обертів поставки в країни Зх. Європи. Основним споживачем залишиться, скоріш за все, автомобільна промисловість. Поставки роботів можуть сповільнитися на деяких ринках, проте автомобільна промисловість, як і раніше, буде драйвером в сфері нових технологій.

Література:

1. Аналитический обзор мирового рынка робототехники 2019 [Електронний ресурс]. — 2019. — Режим доступу до ресурсу: https://adindex.ru/files2/access/2019_07/273895_sberbank_robotics_review_2019_17.07.2019_m.pdf.
2. Аналитический обзор мирового рынка робототехники 2019 [Електронний ресурс]. — 2018. — Режим доступу до ресурсу: http://spkurdyumov.ru/uploads/2018/05/Robo_2018.pdf.
3. 20 largest robotics investments during 1st half of 2019 [Електронний ресурс]. — 2019. — Режим доступу до ресурсу: https://www.therobotreport.com/20-largest-robotics-investments-half-of-2019/.
4. IFR World Robotics 2019 [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://ifr.org/free-downloads.
5. James Bessen [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://ru.qwe.wiki/wiki/James_Bessen.
6. Gimpelson V.E. [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://www.isras.ru/pers_about.html?id=79&printmode
7. Ламати, вивчати, бачити. Олексій Резніченко і його роботи [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://life.pravda.com.ua/projects/brain-and-ukraine/2017/09/19/226497/.
8. McKinsey Global Institute [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://www.mckinsey.com/mgi/overview.
9. Boston Consulting Group [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Boston_Consulting_Group.
10. ОСНОВНІ ЕТАПИ РОЗВИТКУ РОБОТОТЕХНІКИ [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: http://vtn.ztu.edu.ua/article/viewFile/82483/79947.

11. Колаборативний робот, який дає автомобілям SEAT їхні імена [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://www.seat.ua/svit-seat/novini-ta-podiyi/6208-kolaborativnii-robot-yakii-daye-avtomobilyam-seat-yihni-imena.

12. Промышленные роботы [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: http://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%BC%D1%8B%D1%88%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B5_%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%BE%D1%82%D1%8B.

13. Акции Amazon в карантин рекордно выросли. В чем феномен компании [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://minfin.com.ua/2020/04/15/43618017/.

Далічук Д. І.
"Міжнародна економіка", 4 курс
ДВНЗ "Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана"
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри міжнародної торгівлі і маркетингу Солодковська Г. В.

ДОСВІД ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ У ВІТЧИЗНЯНІ СТАРТАПИ

Важливість теми дослідження полягає в тому, що стартапи є важливим фактором підвищення привабливості інвестиційного клімату країни, особливо розвитку інноваційного підприємництва та підтримки малого та середнього бізнесу для того, щоб зробити економіку конкурентоспроможною і більш привабливою на міжнародній арені. На сьогодні Україна залишається у списку країн, що розвиваються, з високим економічним потенціалом, тому прямі іноземні інвестиції є важливим джерелом інвестицій у розвиток країни та впровадження інноваційних технологій у виробництво та управління. ***Метою цього дослідження*** є обґрунтування доцільності реалізації стартап проектів та аналіз досвіду залучення іноземних інвестицій у сучасних умовах в високотехнологічні стартапи в Україні.

Досягнення цієї мети визначає наступні ***методи***: системний підхід, методи економічного та статистичного аналізу, класифікація, графічне моделювання організаційних структур, експертна оцінка. Також використовувались статистичні дані, внутрішні звіти, включаючи фінансову звітність підприємств, а також їх власні рахунки.

Теоретичною основою цього дослідження є наукові праці, газети та журнали зарубіжних та вітчизняних вчених щодо аналізу, оцінки та реалізації стартап-проектів та залучення іноземних інвестицій.

З кожним роком Україна посилює свої позиції на міжнародній IT-арені, про що говорить збільшення показника обсягу інвестицій і становлення нашої держави домівкою для багатьох юнікорнів (єдинорогів) та R&D-хабом для іноземних компаній.

Українські стартапи (або стартапи, засновані українськими підприємцями) залучили у 2019 році $510 мільйонів інвестицій, що в півтора рази перевищує показник 2018 року — $337 мільйонів. Відповідно до розкритих угод, $423 мільйонів з $510 мільйонів, інвестованих у 2019 році в українські стартапи, були із США. З України було вкладено лише $8 мільйонів [1]. Тому можна зробити висновок, що саме іноземний капітал переважає в інвестуванні в проекти.

Відповідно до кількості інвестицій найуспішнішими стартапами 2019 року стали: GitLab ($268 мільйонів), Grammarly ($90 мільйонів), People.ai ($60 мільйонів), Jili.ng ($21 мільйонів), тощо [2].

Головними інвесторами цих проектів стали сьогодні бізнес-ангели, бізнес-акселератори і венчурні фонди.

Основою успіху українських стартапів є зазвичай фінансування саме від венчурних фондів, так стартап GitLab залучив $120 мільйонів інвестицій серії D від Iconiq Capital і близько $50 мільйонів від фінансового конгломерату Goldman Sachs; Grammarly $90 мільйонів від венчурних інвесторів General Catalyst з IVP; People.ai від венчурного фонду Andreessen Horowitz, який також раніше інвестував в Facebook, Twitter [3].

Щодо українських бізнес-ангелів, то вони мають тісні зв'язки з іноземними інвесторами, що дозволяє їм акумулювати капітал та інвестувати його в прогресивні, але ризикові ідеї. Важливою тенденцією на сьогодні є збільшення угод, в яких взяли участь саме бізнес-ангели. У 2019 вони проінвестували в стартапи $ 6,1 мільйонів, що в 7 разів більше, ніж в 2018 році — $0,9 мільйонів [4].

В Україні функціонує понад 20 міжнародних бізнес-акселераторів (бізнес-інкубаторів), найпотужнішими серед яких є бізнес-акселератори сфери IT технологій: Startup Wise Guys. На жаль інвестування подібним способом залучає не більше ніж $2-3 мільйони у рік в українські проекти.

Таким чином, аналіз джерел фінансування відомих стартапів показав, що основними ресурсами підтримки та сприяння розвитку інноваційних проектів в Україні є венчурні компанії, які вкладають чималі кошти як на початкових етапах, так і на етапах розвитку та розширення проектів. Обсяг же фінансових ресурсів, які надходять від бізнес-ангелів та бізнес-акселераторів, є меншим і скеровується, головним чином, в початкові стадії впровадження проектів.

На мою думку, з метою підвищення та покращення конкурентних переваг України на глобальному рівні в сфері інновацій, доцільно провести глибоке дослідження можливостей та механізмів державної підтримки креативних людей та їх неординарних стартап-проектів.

Література:

1. Полмиллиарда за год: десять крупнейших украинских стартапов, которые сорвали куш [Електронний ресурс] / Экономическая правда. — Режим доступу : https://www.epravda.com.ua/rus/publications/2020/04/24/659769/
2. Рейтинг стран мира по уровню прямых иностранных инвестиций. 2019. — URL : https://gtmarket.ru/research/foreign-direct-investment-index/info.
3. Огляд українського ринку венчурних та приватних інвестицій 2019 [Електронний ресурс] / URL: http://uvca.eu/ua
4. Инвестиции в украинские IT-компании в 2019 году составили более $500 млн — отчет [Електронний ресурс]. — URL : https://tech.liga.net/
5. Йескомб Э.Р. Принципы проектного финансирования = Principles of Project Finance: Москва: Альпина Паблишер, 2015. 408 с.
6. УК «Альянс. Венчурний бізнес» [Електронний ресурс] / Офіційний сайт. — Режим доступу : http://venture-biz.ru.

Дружнов В. О.
6 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри міжнародної торгівлі і маркетингу Тіпанов В. В.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОБГРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ІМПОРТЕРА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Актуальність обраної теми полягає в тому, що у сучасному глобальному середовищі зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) охоплює мікро- та макро- рівні економічних відносин і є одним із ефективних стратегічних напрямів розвитку як економіки країни загалом, так і окремих підприємств. Вихід підприємства на нові зовнішні ринки пов’язаний не тільки з низкою нових можливостей і переваг, але і з прихованими загрозами, такими як зниження платоспроможності, ефективності діяльності, обмеженість можливостей самофінансування діяльності тощо. Тому управлінські рішення щодо зовнішньоекономічної діяльності мають бути виваженими і вирішувати одночасно два завдання — підвищувати ефективність діяльності і нейтралізувати потенційні загрози. Кожний з цих напрямів пов’язаний з певним рівнем витрат, які є одними з важливих об’єктів управління для системи менеджменту підприємства, тому у сучасних умовах жорсткої конкуренції особливо актуальним є питання ефективного управління для мінімізації витрат, оптимізації їхньої структури, вивільнення, скорочення непродуктивних витрат. Звичайно, сучасний стан економіки України, висока ризикованість ЗЕД операцій, політична нестабільність загалом значно ускладнюють процеси управління, тому стратегічне мислення та покращення результатів діяльності підприємства на міжнародних ринках харчових домішок ЗЕД потребує розробки надійних та ефективних інструментів і методів. В умовах постійного зростання зовнішньоекономічних зв’язків в економіці країни підвищується актуальність стратегічного управління зовнішньоекономічними витратами суб’єктів господарювання, зумовлена потребами у розробці надійної методики та інструментарію для здійснення ефективного управління.

Отже, в ринкових умовах господарювання основними мотивами функціонування підприємств, що займаються зовнішньоекономічною діяльністю є забезпечення зростання їх прибутковості, підвищення конкурентоздатності продукції, збільшення обсягів її виробництва. Потенційні можливості реалізації цих завдань часто обмежені величиною здійснюваних витрат. Дослідження показують, що підвищення економічної ефективності діяльності таких бізнесових суб'єктів при найменших витратах, економія всіх видів ресурсів залежать від того, як підприємства вирішують питання покращення результатів діяльності підприємства на міжнародних ринках харчових домішок, що, в свою чергу, передбачає пошук способів збалансованого планування та оптимізації їх рівня.

Метою дослідження є поглиблення та узагальнення методичних основ побудови ефективної системи обгрунтування стратегії розвитку міжнародної діяльності імпортера в сучасних умовах.

При дослідженні теоретичних аспектів витрат застосовувалися методи індукції та дедукції для визначення загальних тенденцій розвитку міжнародної стратегії; методи теоретичного узагальнення і порівняння; методи причинно-наслідкового зв'язку та абстрактно-логічний; статистичні методи дослідження; методи моделювання і формалізації.

У світовому економічному просторі поширюються процеси інтернаціоналізації та глобалізації, дедалі активніше здійснюється міжнародне економічне співробітництво між країнами, міцніють торговельні, виробничі, фінансові й інші економічні відносини. Такі тенденції розвитку світового господарства свідчать про неможливий розвиток окремої країни та її національного ринку без урахування та взаємодії з економічними процесами, що відбуваються в інших регіонах і країнах. Глобалізація світової економіки безпосередньо чи опосередковано впливає на всі підприємства, незалежно від їхньої присутності на іноземних ринках [1, с. 51].

Стратегія характеризується певним набором ознак, включає різні видидіяльності та формує можливі орієнтири. Процес планування міжнародної стратегії підприємства відноситься до розділу стратегічного планування підприємства. Тому від здатності підприємства розробляти й упроваджувати на ринок свій продукт залежать і його фінансові показники. Для того щоб гідно конкурувати в сучасному мінливому й непередбаченому світі, необхідно вибудувати грамотну й правильну стратегію розвитку, враховуючи всі фактори, які впливають на вихід підприємства на міжнародний ринок; єдиної стратегії не існує. Кожна фірма унікальна, тому й процес вироблення стратегії специфічний, тому що залежить від позиції фірми на ринку, динаміки її розвитку, потенціалу, поводження конкурентів, характеристик виробленого нею товару або надаваних послуг, стану економіки та ін.

Для того, щоб формування стратегії розвитку міжнародної діяльності імпортерів здійснювалося з найменшими витратами часу і коштів, а також для того, щоб воно завершилося створенням дійсно практичного фінансово-господарського інструмента, потрібна певна послідовність дій. Стратегію слід розробляти, створивши для цього тимчасовий або постійний робочий колектив і виділивши це завдання у самостійний внутрішній проект підприємства [2].

Основними групами чинників, що впливають на формування стратегії розвитку міжнародної діяльності імпортерів можна назвати: тенденції розвитку зовнішнього міжнародного середовища; стан конкурентного середовища (основні імпортера-конкуренти, їх переваги); управлінські, матеріальні та фінансові ресурси імпортера; місія, цілі та завдання компанії, їх зв'язок із цільовим ринком.

Отже, під час розроблення стратегії розвитку міжнародної діяльності імпортерів слід враховувати такі моменти:

- визначення цілей бізнесу;
- вивчення внутрішнього і зовнішнього середовищ бізнесу;
- виявлення можливостей і наявних ресурсів для ведення бізнесу;
- формування цілей маркетингу;
- розроблення стратегії для досягнення цих цілей;
- створення інформаційних систем і бази даних [3].

Опрацювавши низку наукових джерел, не можемо не погодитися з Р. Г. Бутенко, що основними підходами до формування стратегії розвитку міжнародної діяльності імпортерів є:

- конкурентний аналіз призначення та якості власних товарів та послуг, що пропонуються споживачам. Розпочинається з визначення головних особливостей групи послуг, до якої входить та, що цікавить споживача;
- аналіз споживачів (сегментація ринку послуг). За допомогою загальної характеристики споживачів та розподілу їх на різні цільові ринки, визначається, який з них буде потенційно найприбутковішим;

– розробка концепції міжнародної стратегії. Це, власне, і є пошуком можливостей та варіантів ведення діяльності підприємств, спрямованих на досягнення успіху серед конкурентів;

– розробка ідентичності бренду підприємства. Створення продуктивних і позитивних асоціацій, за якими споживачі впізнають підприємство [2].

Отже, міжнародна стратегія підприємства стає одним із найважливіших факторів успіху в діяльності підприємства, поряд із загальним управлінням, фінансами та технологіями. У цьому контексті завданням українських підприємств є використання того досвіду, що вже набутий розвинутими країнами.

Для розуміння етапів міжнародної стратегії в умовах інтернаціоналізації та глобалізації корисно використовувати відому модель EPRG, що складається з чотирьох послідовних етапів: (етноцентризм — поліцентризм — регіоцентризм — геоцентризм), яку розробив Говард Перлмуттер. Взагалі етноцентризм (E) означає підпорядкування зарубіжних операцій внутрішнім операціям; поліцентризм (P) — врахування особливостей підприємницького середовища кожної країни, що приймає; регіоцентризм (R) — зосередження повноважень і комунікацій на регіональному рівні, який містить групу країн-сусідів, що приймають; геоцентризм (глобалізм) (G) означає діяльність компанії по всьому світу шляхом розвитку співробітництва штаб-квартири з філіями для розроблення стандартів і процедур, що відповідають і загальним, і локальним завданням імпортера [1, с. 53].

Підсумовуючи особливості механізму формування міжнародної стратегії імпортерами, варто відзначити, що розробка міжнародної стратегії включає в себе встановлення чітких цілей і завдань, в рамках яких задається основа для створення політики міжнародної діяльності компанії. Тільки після того, як компанія розробить свою власну стратегію розвитку міжнародної діяльності, вона має можливість спланувати щоденну операційну діяльність і тактику досягнення цілей. Розробка міжнародної стратегії є частиною функціонування міжнародного відділу в компанії і одним з етапів міжнародного процесу, який реалізовується в компанії протягом усього її життєвого циклу.

Література:

1. Ащаулов В. В. Формування маркетингової стратегії підприємства з урахуванням його корпоративної місії. Держава та регіони. Серія «Економіка та підприємництво». 2013. № 5(74). С. 50–54.

2. Бутенко Р. Г. Сутність та послідовність здійснення стратегічного маркетингового планування. URL : http://books.efaculty.kiev.ua/mrk/3/t9/1.htm (дата звернення: 22.04.2020).

3. Щербина Т. В., Федірко Т. В. Сучасні маркетингові стратегії в системі глобальних цінностей міжнародних фірм. Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України від 11.07.2019 № 975). Ефективна економіка № 4, 2013. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1933(дата звернення: 22.04.2020).

Козленко М.О.
«Міжнародна економіка», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри міжнародної торгівлі і маркетингу Лиськова Л.М.

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ЗАПОРУКА ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ КРАЇНИ

Важливою складовою розвитку економіки та господарської діяльності країни в цілому є розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємств країни та експортного потенціалу, зокрема. Адже зовнішньоекономічні операції для країни є суттєвим джерелом бюджетних надходжень та поліпшення стану платіжного балансу. Сучасний економічний розвиток суспільства в багатьох аспектах зумовлений прогресом в науково-технологічній сфері. На сучасному етапі важливою умовою конкурентоспроможності країни на міжнародній арені є інновації та технології.

Сьогодні Україну можна охарактеризувати як країну, яка має низький рівень ефективності державної інноваційної політики, занепалий науковий сектор, низьку конкурентоспроможність вітчизняних виробників, а також, як країну, яка майже не присутня на світовому ринку висо-

ких технологій. У цьому контексті надзвичайно актуальним для українських підприємств стає ефективне провадження інноваційної діяльності, розробка та підготовка інноваційних проектів та їх освоєння в різних галузях національної економіки. Здійснення інноваційної діяльності дозволяє підвищити конкурентоспроможність вітчизняної продукції та національних виробників, переорієнтувати виробництво та стимулювати розвиток економіки в цілому.

Метою роботи є визначення необхідності здійснення інноваційної діяльності підприємствами України для забезпечення нарощення експортного потенціалу країни.

Для досягнення поставленої мети в роботі була необхідність у застосуванні сукупності методів дослідження, насамперед: аналіз, синтез, індукція, метод статистичного спостереження, зведення статистичного матеріалу, графічний та табличний методи тощо.

Вказана проблема є предметом вивчення багатьох вчених, таких як О.В. Левківський, О.Д. Волкова, І.М. Манаєнко, А.В. Іщенко, І.Ю. Матюшенко та інших.

Проблемі інновацій в сільському господарстві також значну увагу приділяли такі вчені, як Т. М. Стукач, О.І. Янковська, М.М. Жук, О.М. Яценко, М.І. Ігнатко, М. А. Полегенька, а в промисловості — Н. О. Пухальська, Л.М. Гончаренко, О.Е. Сенічкіна та інші. В той же час, питання визначення перспектив розвитку інноваційної діяльності українських підприємств для нарощення експортного потенціалу країни потребує подальшого вивчення.

Основним товаром, що експортує Україна, є продукція агропромислового комплексу. Експорт товарів України у 2019 році склав 50,1 млрд. дол., з яких 44,2% (22,146 млрд дол.) припадає на продукцію АПК [1].

Слід зазначити, що продукція вітчизняного аграрного сектору є досить конкурентоспроможною на міжнародних ринках. Проте, Україна програє деяким розвиненим країнам за показниками продуктивності праці в аграрному секторі. Основною причиною цього є застарілий рівень технологій. Нинішній рівень інноваційного розвитку економіки України є вкрай низьким, масштаби співпраці в науково-технічній сфері не відповідають потенціалу нашої держави. Так, наукоємність ВВП в Україні (витрати на виконання наукових досліджень як частка від ВВП) починаючи з 2013 року постійно знижується і за останніми даними складає лише 0,47% [2].

У таких умовах, однією з актуальних проблем агропромислового комплексу України є інноваційний шлях розвитку сільськогосподарського виробництва.

На українських підприємствах існує низка проблем ефективного використання інновацій, які потребують нагального вирішення. Рівень впровадження інновацій є досить низьким. Це, в свою чергу, вимагає від виробників стратегічних рішень щодо пошуку інноваційних сегментів у сфері зовнішньої торгівлі продукцією АПК. Основною метою інновацій в аграрній сфері є забезпечення економічності та екологічності сільськогосподарського виробництва.

Одним з таких рішень є перехід на агроекологічну діяльність та збільшення частки торгівлі органічною продукцією, яка користується все більшим попитом як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Також перспективним є впровадження різних кліматичних інновацій, ресурсо- та енергозберігаючих технологій у рослинництві, застосування сучасних технологій виробництва, які підвищать конкурентоспроможність вітчизняної продукції за якістю і ціною на світовому ринку.

Одним із напрямків зростання експортного потенціалу в галузі АПК є використання електронної торгівлі. В Україні в аграрному сегменті ринку е-торгівлі представлені електронні крамниці та біржові майданчики (незалежні, що дають змогу проводити електронні торги на їх платформі, та внутрішньо-корпоративні). Деякі українські підприємства вже стали на шлях інноваційного розвитку. Такі аграрні компанії, як Нібулон», «Миронівський Хлібопродукт» і «Астарта-Київ» працюють через власні індивідуальні майданчики [3].

Застосування інновацій у сфері сільського господарства дозволить не тільки покращити експортний потенціал країни та підвищити конкурентоспроможність продукції, а й сприятиме раціональному використанню сільськогосподарських земель та зменшить негативний вплив аграрного сектору на довкілля.

Також, безперечним є взаємозв’язок розвитку промисловості та інноваційної діяльності, що здатний підвищити рівень інноваційної активності країни. В Україні спостерігається зниження кількості підприємств в галузі промисловості, які займаються інноваційною діяльністю. Так, порівняно з 2014 роком їх кількість зменшилася вдвічі (з 1609 до 777) [2]. Забезпечення інноваційної активності промислових підприємств України має бути здійснено в комплексі національної інноваційної системи, створення високотехнологічних виробництв і промислового освоєння результатів науково-дослідних робіт.

Важливим показником інноваційної спроможності країни є обсяг торгівлі високотехнологічними товарами. В Україні частка експорту високотехнологічними товарами знаходиться

на рівні 5,4 % від промислового. Для порівняння, у Польщі цей показник становить 10,6 %, Китаї — 22 %, а в Південній Кореї — 33,6 % [4].

Наразі в Україні спостерігається тенденція до скорочення обсягів експорту високотехнологічної продукції та підвищення обсягів сировинної, що свідчить про технологічну відсталість країни та брак технологій для виготовлення високотехнологічної продукції. На фоні інноваційного розвитку розвинених країн, це призводить до зниження конкурентоспроможності товарів українських виробників на світових ринках, що у свою чергу призводить до зниження експортного потенціалу України. Тому, на даному етапі важливо передбачити заходи нарощення високотехнологічного експорту, що можна досягти шляхом залучення інвестицій у проекти, які передбачають виготовлення кінцевих високотехнологічних товарів, здійснення заходів для зміцнення захисту прав інтелектуальної власності, підсумком чого буде впровадження в Україні виробництв, захищених патентами [5].

Таким чином, для досягнення успіху українськими підприємствами необхідно здійснити перехід від традиційної сировинної економіки до інноваційної, яка буде базуватися на знаннях та інтелектуальній праці. Тому, наразі Україні доцільно робити акцент на підвищенні інтелектуалізації ключових галузей шляхом інтенсивного впровадження інновацій, інформаційно-комунікаційних технологій та проведення НДДКР. Тоді вона буде задовольняти потреби споживачів як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Для такої перебудови та стимулювання притоку інвестицій, зокрема й іноземних, необхідні певні дії з боку держави. До них належать:

– надання виробникам високотехнологічної та екологічночистої продукції певних пільг, а також зменшення розміру податку на прибуток;

– розширення форм інфраструктури інноваційного ринку шляхом створення технопарків, технополісів, наукових центрів, бізнес-інкубаторів;

– здійснення заходів для ефективного формуванням національної інноваційної системи, яка б сприяла взаємодії наукових організацій, вищих навчальних закладів, інноваційних і виробничих підприємств.

Література:

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: ukrstat.gov.ua.
2. Стан розвитку науки і техніки,результати наукової і науково-технічної діяльності за 2018рік [Електронний ресурс] // Міністерство освіти і науки України. — 2019. — Режим доступу до ресурсу: https://mon.gov.ua/storage/app/media/nauka/informatsiyno-analitychni/2019/07/12/kmu2018final.pdf.
3. Стукач Т. М. Інноваційні технології в зовнішній торгівлі продукцією АПК в Україні [Електронний ресурс] / Т. М. Стукач. — 2018. — Режим доступу до ресурсу: https://knute.edu.ua/file/ODc0Mw==/53ec8a30e688165ab46cb806c8831614.pdf.
4. Мировой атлас данных [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://knoema.ru/
5. Гринь В. П. аналіз тенденцій динаміки обсягів та структурних змін у зовнішній торгівлі України [Електронний ресурс] / В. П. Гринь, Д. А. Ільченко // Приазовський економічний вісник. — 2019. — Режим доступу до ресурсу: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2019/2_13_uk/11.pdf.

Коновальченко А. В.
«Міжнародна торгівля товарами військового та подвійного призначення», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. В.П. Гетьмана»
Науковий керівник — д.е.н., професор кафедри міжнародної торгівлі і маркетингу, Оболєнська Т. Є.

РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОЇ СПІВПРАЦІ У ОБОРОННОМУ СЕКТОРІ МІЖ УКРАЇНОЮ ТА ІТАЛІЙСЬКОЮ РЕСПУБЛІКОЮ

Оборонно-промисловий комплекс будь-якої країни є гарантом її цілісності захищеності. Україна, враховуючи потенціал ОПК, розглядає перспективу участі у процесі створення кон-

курентоздатного європейського ринку озброєння, що визнано одним із головних пріоритетів діяльності Європейського оборонного агентства — органу загальної зовнішньої політики та політики безпеки країн ЄС. Навіть в умовах економічної нестабільності оборонний сектор Італійської Республіки розвивається випереджаючими темпами та може становити інтерес для України в питанні кооперації, що, безумовно, робить актуальним дослідження цього ринку.

Під час упорядкування роботи були використані наступні **методи дослідження**: порівняння, аналіз, спостереження.

Починаючи з 1990-х рр., Італійська Республіка відіграє важливу роль у військових операціях НАТО та є четвертою країною в Європі за виготовленням складних систем озброєння. Італія має власні замкненні цикли вироблення оборонно-військової техніки, що сприяє її стабільному розташуванню у рейтингу ТОП-10 найбільших експортерів зброї, за версією SIPRI, вже більше семи років підряд. Військово-політичне керівництво Італії зберігає за собою право приймати стратегічно важливі рішення в області військового виробництва та проводить політику, спрямовану на розвиток і зміцнення військової промисловості та імпортозаміщення [https://www.sipri.org/sites/default/files/2019-08/yb19_summary_eng_1.pdf].

Варто відзначити, що Італійська Республіка продовжує активну співпрацю з країнами усіх континентів, удається до міжнародної кооперації, інтернаціоналізації та відкритості виробництва оборонної продукції. Ще 20.10.2008 набрала чинності угода між Кабінетом Міністрів України та Урядом Італійської Республіки про військово-технічнне співробітництво, метою якої визначено підвищення ефективності співробітництва між Сторонами у сфері досліджень, розробки і виробництва товарів та послуг оборонного призначення, постачання обладнання та відповідного матеріально-технічного забезпечення в технічній сфері, а також в інших напрямах співробітництва в галузі оборонної промисловості шляхом зміцнення оборонно-промислового потенціалу обох держав [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/380_042].

Важливим є той факт, що Італія майже не скорочує кількість техніки, а якісно її оновлює. Таким чином, у жовтні 2018 року Італійська Республіка була однією із країн-членів Північноатлантичного альянсу, яка виразила готовність розглянути альтернативні звичному російському каналу модернізації свого оборонного сектору, — що є перспективою для таких підприємств в Україні, як ДП “Ніжинський ремонтний завод інженерного озброєння”, ДП “Житомирський ремонтний завод радіотехнічного обладнання “ПРОМІНЬ”, ДАХК "Артем", ПАТ "2 ремонтний завод засобів зв’язку"[https://defence-ua.com/index.php/statti/publikatsiji-partneriv/5593-zbroya-ta-bezpeka-2018-yak-zbilshyty-eksport-ukrayinskykh-ozbroyen] .

Крім того, у грудні 2018 року представники кібернетичної безпеки Збройних Сил Італійської Республіки заявили про намір співпрацювати з Україною у сфері кібербезпеки, під час робочого візиту до Військового інституту телекомунікацій та інформатизації імені Героїв Крут. Україна створює конкурентні ІТ-продукти, що стало предметом зацікавлення італійських колег [https://defence-ua.com/index.php/home-page/5980-respublika-italiya-spivpratsyuvatyme-z-ukrayinoyu-u-sferi-kiberbezpeky].

Питання співпраці України та Італії у сфері оборони має декілька сценаріїв розвитку. З одного боку, за даними Держслужби статистики України, Італія входить до ТОП- 15 країн-експортерів української продукції, де основними товарами українського експорту до країни визначено 72 види чорних металів. Таким чином, Італія може використовувати українську сировину для виробництва безпосередньо військової техніки чи її комплектуючих. Але експорт сировини не є таким значущим для поставника (України), як експорт готової продукції [http://www.ukrexport.gov.ua/ukr/country_brief/?country=ita].

З іншого боку, враховуючи плановий перехід Італійської Республіки на абсолютну експортну орієнтацію, Україна, хоч і є крупним експортером вигідного за ціною та якісного за складом бойового устаткування, може вдало використати можливість нарощення не стільки безпосередньо експортної вигоди готової продукції, скільки кооперації на рівні спільних розробок чи обміну досвідом, взаємно підвищуючи рівень науково-технічного прогресу.

Література:

1. https://defence-ua.com/index.php/statti/publikatsiji-partneriv/5593-zbroya-ta-bezpeka-2018-yak-zbilshyty-eksport-ukrayinskykh-ozbroyen 2018р.
2. https://defence-ua.com/index.php/home-page/5980-respublika-italiya-spivpratsyuvatyme-z-ukrayinoyu-u-sferi-kiberbezpeky 2018р.
3. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/380_042 2008р.

4. http://www.ukrexport.gov.ua/ukr/country_brief/?country=ita 2014p.
5. https://www.sipri.org/sites/default/files/2019-08/yb19_summary_eng_1.pdf 2019p.

Культішова Д. В.
«Міжнародна економіка і менеджмент», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Петровича Гетьмана»
Науковий керівник — д.е.н., професор кафедри міжнародної торгівлі Оболенська Т. Є.

РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ

Швидкі темпи науково-технічного розвитку призвели до помітних змін традиційних методів ведення бізнесу та виникнення нового виду економічної діяльності — електронного бізнесу. В наш час більшість суб'єктів господарської діяльності світу зосереджуються саме на розвитку Інтернет-зв'язків, тому Інтернет є не тільки місцем обміну інформацією, а й дієвою платформою для здійснення операцій купівлі-продажу різних матеріальних благ. Найголовнішим завданням сучасної електронної комерції в Україні є заміна традиційного механізму міжнародної торгівлі між підприємствами для виведення їх на якісно новий рівень. В першу чергу, вона надає можливість для розповсюдження інформації про продукцію компаній та запрошення до співпраці, що забезпечує двостороннє спілкування між суб'єктами ринку. Крім цього, е-комерція активно залучає в Україну передові технології та слугує поштовхом для розвитку інших галузей [1]. Однак, незважаючи на швидкий розвиток електронної комерції, на сьогоднішній день не існує точного визначення цього поняття через відсутність єдиного, задекларованого у законодавчо-нормативних документах, визначення понять "електронна комерція" та "електронна торгівля" на міжнародному рівні (табл.1).

Таблиця 1

ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ "ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ"

Автор, джерело	Визначення
Д. Козьє [2]	«Електронна комерція включає в себе не лише купівлю-продаж товарів та послуг через Інтернет для безпосереднього отримання прибутку». У це поняття, на його думку, також входить підтримка отримання прибутку, створення попиту на товари та послуги, впровадження після продажного обслуговування клієнтів полегшення взаємодії між діловими партнерами.
Г. М. Хубаєв[3]	«Електронна комерція — така форма постачання продукції, при якій вибір і замовлення товарів здійснюється через комп'ютерні мережі, а розрахунки між покупцем і постачальником здійснюються з використанням електронних документів і/або засобів платежу».
Царьов Р. Ю.[4]	«Електронна комерція — це будь-яка транзакція, яка здійснюється через комп'ютерну мережу, внаслідок якої право власності або право використання товару або послуги було передано від однієї особи до іншої».
Маєвська А. А.[5]	«Електронна комерція — це використання електронних комунікацій та технологій обробки цифрової інформації для встановлення та змін відносин створення вартості між організаціями та між організаціями та індивідами».
Мартовий А. В.[6]	«Електронна комерція — це діяльність організації або індивіда, переважно орієнтована на отримання прибутку в результаті угод і транзакцій в Інтернеті».

Джерело: систематизовано автором на основі [2–6]

Для розвитку електронної комерції в Україні є характерними наступні бар'єри: відсутність офіційних статистичних даних щодо обсягів електронної торгівлі; втручання державних органів; недостатня безпека даних, що передаються через Інтернет; погане знання правил ведення міжнародного бізнесу та відсутність в деяких випадках універсальних стандартів взаємодії при роботі в глобальній мережі. Однак, незважаючи на кризові явища в економіці та дані труднощі, Україна не є виключенням із світових тенденцій розвитку електронної комерції, де даний спосіб ведення бізнесу та торгівлі стрімко розвивається [7]. Оскі-

льки на українському ринку електронна комерція є новою формою організації торгівлі, яка відкриває принципово новий стратегічний напрям розвитку сфери товарного обігу важливо оцінити з одного боку вигоди, які може принести участь у віртуальному ринковому просторі, а з іншого — потенційні проблеми, які можуть виникнути в процесі роботи, як для виробника, так і для споживача (табл.2).

Таблиця 2

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ ДЛЯ СУБ'ЄКТІВ РИНКУ

	Переваги	**Недоліки**
Для споживачів	– доступність продукції навіть для тих споживачів, хто проживає у невеликих населених пунктах;	– необхідність сплати авансу в повному або частковому обсязі від вартості продукції;
	– відкритість інформації та цін на просторах Інтернету обмежує недобросовісних продавців необґрунтовано завищувати націнки;	– відсутність нормативно-правового забезпечення, яке могло б охороняти та регулювати е-комерцію;
	– нижчі ціни, ніж у звичних магазинах за рахунок можливості підприємств електронної комерції зменшувати невиробничі витрати;	– значні строки доставки товарів; – споживачі не можуть пересвідчитись у якості товару чи послуги до моменту його отримання;
	– можливість купувати товари у зарубіжних магазинах та отримувати високоякісні послуги від іноземних компаній;	– складний та довготривалий процес повернення товарів у випадку повернення чи обміну покупки споживачем;
	– скорочення часу споживача у разі купівлі-продажу через Інтернет;	– високий ризик натрапити на шахраїв;
Для виробників	– рівні умови доступу до ринку як для корпорацій, так і для невеликих підприємств;	– певна обмеженість у рекламі через відсутність у мережі інструментів масової пропаганди;
	– можливість роботи в режимі цілодобового доступу та постійного спілкування із споживачем;	– труднощі з організації бухгалтерського обліку та внутрішнього контролю через переорієнтацію даних підприємства з традиційних паперових носіїв у електронну форму;
	– можливість надання нових видів послуг через глобальний доступ до світових ринків;	– значне посилення конкурентної боротьби на локальному глобальному рівнях;
	– розвиток електронної комерції не потребує відносно великого стартового капіталу та закріплення за певним місцем;	– необхідність забезпечення потужних технологій для функціонування е-комерції та фінансових коштів для постійного оновлення;
	– зручність проведення маркетингових досліджень, а саме якісна сегментація клієнтів	– порушення прав інтелектуальної власності та плагіату внаслідок відкритості Інтернет-платформи

Джерело: складено автором за [7]

Швидке проникнення Інтернету в життя все більшої кількості людей стало рушієм Інтернет-сектора в Україні та появи великої кількості потенційних суб'єктів е-комерції. Більшість компаній в Україні сьогодні вже мають власні сайти, що стали своєрідними вітринами, які презентують власну фірму та забезпечують ефективне двостороннє спілкування із зацікавленою аудиторією. Окрім цього, компанії широко використовують різноманітні Інтернет-доповнення для ефективнішої співпраці. Функції таких доповнень полягають у наступному: під'єднання постачальників та партнерів до баз даних з актуальною інформацією про товарні запаси, управління замовленнями в режимі реального часу, здійснення та обробка платежів, збір статистичної та маркетингової інформації тощо. Загалом усі ці взаємодії свідчать про те, що тривають процеси глобальної інтеграції між компаніями, а також виникнення тіснішого зв'язку бізнес-ланцюжків.

Зараз головною задачею для е-комерції в Україні є створення підприємств на основі електронних ринків. Як ми можемо помітити, тенденція Інтернет-торгівлі зростає, а грошові обсяги сягають величезних чисел. Тому можна запропонувати наступні заходи щодо подальшого розвитку:

– забезпечити інформованість суб'єктів середнього і малого бізнесу про можливості Інтернет-торгівлі;

– впроваджувати методики оцінки якості пропонованих на онлайн-вітринах товарів і послуг, адже недовіра споживачів до якості товарів виступає в даний час істотним бар'єром розвитку електронних продажів;

– формувати спеціальні пропозиції щодо покупки-продажу нестандартних видів продукції [8].

У даній роботі проаналізована сутність електронної торгівлі, її основні вигоди, бар'єри та виявлені тенденції її розвитку. Таким чином, електронна комерція являє собою відносини між суб'єктами ринку, які здійснюються за допомогою інформаційних технологій, а саме мережі Інтернет. Проаналізувавши переваги та недоліки е-комерції, можна зробити висновок, що даний спосіб торгівлі та ведення бізнесу має позитивний ефект для діяльності суб'єктів господарювання. Незважаючи на всі труднощі, ринок розвивається швидкими темпами, адже відчувши зручність придбання товару через Інтернет, український споживач буде все частіше користуватися даною послугою. За умови ефективного вирішення найважливіших проблем, розвиток електронної комерції в Україні матиме майбутнє.

Література:

1. Марусей Т. В. Основні тенденції розвитку ринку електронної комерції в Україні / Т. В. Марусей. // ЕКОНОМІКА І СУСПІЛЬСТВО. — 2018. — №14. — С. 1011–1015.
2. Козье, Д. Электронная коммерция [Текст] / Д. Козье. — М.: Издательско-торговый дом «Русская редакция», 1999. — 288 с.
3. Хубаев, Г. Н. Маркетинг информационных продуктов и услуг [Текст] / Г. Н. Хубаев. — Ростов-на-Дону: РГЭУ «РИНХ», 2005. — 224 с.
4. Царьов Р. Ю. Електронна комерція: навчальний посібник з підготовки бакалаврів / Р. Ю. Царьов. — Одеса: ОНАЗ ім. О. С. Попова, 2010. — 112 с.
5. Маєвська А. А. Електронна комерція і право / А. А. Маєвська. — Харків, 2010. — 256 с.
6. Мартовой А.В. Сущность и основные характеристики электронного бизнеса, электронной коммерции, электронного и Интернет-маркетинга[Електронний ресурс] — Режим доступу: www.nbuv.gov.ua/Articles/Kultnar/knp56_1/knp56_146-152.pdf.
7. Маліцька Г. Г. ОСОБЛИВОСТІ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ ТА СТАН ЇЇ РОЗВИТКУ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ УКРАЇНИ [Електронний ресурс] / Г. Г. Маліцька, О. І. Мельник // Ефективна економіка. — 2018. — Режим доступу до ресурсу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2018/76.pdf.
8. Говорушко Т. А. Розвиток електронної комерції в Україні [Електронний ресурс] / Т. А. Говорушко, І. Л. Ситник, К. В. Соловей. — 2016. — Режим доступу до ресурсу: file:///C:/Users/%D0%94%D0%B8%D0%B0%D0%BD%D0%B0/Downloads/razvitie-elektronnoy-komertsii-v-ukraine.pdf.

Лаговська Д. О.
«Міжнародна економіка», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри міжнародної торгівлі і маркетингу Іщенко А. В.

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНИХ КОМПАНІЙ

Постановка проблеми. Корпоративна соціальна відповідальність відіграє значну роль для України особливо в процесі її інтеграції до ЄС. В умовах загострення соціально-економічних та політичних проблем тема внутрішньокорпоративної соціальної відповідальності підприємств є актуальною як ніколи і має великий вплив на розвиток українського бізнесу.

Актуальність теми. Інтеграція України у світове співтовариство змушує вітчизняні інституції долучитися до пошуку механізму подолання суперечностей між владою, бізнесом та суспільством, що актуалізує питання вивчення, адаптації та запровадження зарубіжного досвіду реалізації принципів КСВ у вітчизняну практику.

Метою роботи є узагальнення міжнародного досвіду формування та реалізації корпоративної соціальної відповідальності підприємства, визначення стану та динаміки запровадження цього підходу вітчизняними підприємствами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання корпоративної соціальної відповідальності вже набуло значного висвітлення в науковій літературі. Цей аспект досліджували такі українські науковці, як Ю. Бурлакова, Ж. Балабанюк, О. Лазоренко, Р. Колишко, Т. Драбчук.

Вагомий вклад у дослідження становлення та розвитку корпоративної соціальної відповідальності також внесли вітчизняні та зарубіжні вчені, а саме І. Акімова, Ю. Благов, Т. Бредгард, Ф. Євдокімов, А. Керолл, Ф. Котлер, П. Друкер, С. Сезі, М. Фрідмен, Ф. Хедоурі, С. Літовченко, М. Мескон, Дж. Мун, Г. Назаров, М. Дейч. Проте й досі недостатньо уваги приділяється вивченню вітчизняного досвіду розвитку КСВ та визначенню причин неприйняття цієї ідеї більшістю українських підприємств.

Методи дослідження. Подібні дослідження проводяться шляхом аналізу доброчинної діяльності підприємств та результатів цієї діяльності. Вони проявляються у вигляді росту економічних показників — тобто збільшення прибутку. А також у вигляді покращення іміджу компанії за рахунок вирішення «внутрішніх» проблем компанії та «зовнішніх» гострих соціальних проблем населення.

Як результат процесу інтеграції до ЄС в Україні виникає потреба реформувати не лише діяльність урядових установ, а й діяльність вітчизняних підприємств. Аби вільно конкурувати з європейськими компаніями, українським підприємцям необхідно адаптуватися до умов європейського ринку. Ця адаптація полягає у дотриманні міжнародних вимог етики ведення бізнесу, виконанні умов європейських інвесторів щодо екологічності проектів, а також впровадженні корпоративної соціальної відповідальності.[1]

Більшість великих та середніх українських компаній не мають визначеної стратегії соціальної відповідальності. Вони схильні лише дотримуватись законодавства та реалізувати поодинокі доброчинні проекти задля дотримання основного принципу економічної діяльності — отримання максимального прибутку. [2] Проте деякі компанії-лідери українського бізнесу мають стійку та активну позицію щодо доброчинної діяльності та приділяють більшу увагу зв’язкам з громадськістю ніж інші. Вони проводять проекти підвищення ефективності бізнес-процесів з використанням соціальних або екологічних переваг, проте не відзначають подібну діяльність як соціально-відповідальну. [3]

Деякі українські компанії активно пропагують екологічність та збереження навколишнього середовища. До таких компаній відноситься Приватне акціонерне товариство «Моршинський завод мінеральних вод «Оскар»», що є виробником мінеральної води «Моршинська». Серед стратегічних цілей підприємства зазначається просування здорового способу життя. А серед видів діяльності підприємства детально описано такі аспекти як охорона та раціональне використання земель та водних ресурсів, а також поводження з відходами. На підприємстві представлена система матеріальної та нематеріальної мотивації персоналу. У 2018 році проходила мотиваційна програма — проект «Наставництво» для співробітників підприємства. Також компанія дотримується всіх вимог охорони праці для своїх співробітників. [4] З цього можна зробити висновок, що компанія дотримується як внутрішньої так і зовнішньої корпоративної соціальної відповідальності.

Іншим прикладом соціально відповідальної компанії є «МЕТРО Кеш енд Кері Україна». Компанія визначає корпоративну соціальну відповідальність як постійну увагу до етичного ведення бізнесу та внесок у розвиток економіки, створення умов для покращення рівня життя як працівників та їх сімей, так і місцевих громад та суспільства загалом. Соціальна відповідальність компанії полягає у трьох її складових: ефективне використання можливостей та ресурсів, виявлення ризиків та запобігання негативним наслідкам, зміцнення репутації та впевненості суспільства в компанії. Більш того, “METRO” є єдиною компанією в Україні, яка сертифікована за міжнародним стандартом безпеки харчових продуктів IFS. Результати діяльності публікуються у щорічному звіті на сайті компанії.[5]

Компанія «Київстар», діє згідно з прийнятою ще в 2009 році Концепцією корпоративної соціальної відповідальності, а також відповідає 10 принципам Глобального Договору ООН. Щороку близько половини чисельності штату «Київстар» підвищують кваліфікацію на різноманітних корпоративних тренінгах, курсах, 40 % штату використовують гнучкий робочий графік, існує можливість дистанційної роботи за системою «Віртуальний офіс»; наявне корпоративне страхування співробітників; компанія започаткувала програму розвитку талантів «Аргентум», щорічний конкурс «Співробітник року», проект “IVC”, метою якого є заохо-

чення співробітників до вираження свого бачення майбутнього компанії та участі в стратегічному розвитку компанії, інститут волонтерства «Київстар».[6]

Список переважно складається з дійсно великих компаній, проте навіть у них корпоративна соціальна відповідальність знаходиться на трансформаційному етапі становлення. Компаніям ще необхідно усвідомити, що соціальна відповідальність — це цілеспрямована і постійна соціальна практика підприємства, що включає як внутрішню так і зовнішню діяльність спрямовану на вирішення соціальних, екологічних та економічних проблем громади. Але також їм варто усвідомити, що це новий короткий шлях до серця споживача, покращення іміджу компанії та збільшення прибутку.

Література:

1. Бобко Л. Сучасний стан та перспективи розвиткукорпоративної соціальної відповідальності в Україні [Електронний ресурс]. — Режим доступу :https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=11&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjynLv7wcfoAhWQrIsKHeCZBhY4ChAWMAB6BAgEEAE&url=http%3A%2F%2Fwww.lvivacademy.com%2Fvidavnitstvo_1%2Fedu_46%2Ffail%2Fch2%2F7.pdf&usg=AOvVaw1swMfVNrrDhtsO468lVurw
2. Сухотеріна М. І. Механізми соціальної відповідальності у стратегіїкорпоративного управління машинобудівного підприємства [Текст] : дис. на здоб. наук.ступ. канд. екон. наук : 08.00.04 / Марія Іванівна Сухотеріна. — К. : [б. в.], 2016. — 254 с.
3. Петрашко Л. П. Корпоративна відповідальність в парадигмі глобальногоуправління [Текст] : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра. екон. наук : 08.00.02 /Людмила Петрівна Петрашко. — К. : [б. в.], 2013. — 40 с.
4. Офіційний сайт компанії «Моршинська» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : https://www.morshynska.ua/static/official/Zv%D1%96t-pro-upravl%D1%96nnja-zv%D1%96t%20ker%D1%96vnictva-za-2018-r%D1%96k.pdf
5. Офіційний сайт компанії «МЕТРО Кеш енд Кері Україна» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : https://www.metro.ua/about-metro/csr
6. Офіційний сайт компанії «Київстар» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://www.kyivstar.ua/ru/kr-620/about/responsibility/employees

Олійник О. О.
«Міжнародна економіка та менеджмент», 6 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — д.е.н., професор кафедри міжнародної торгівлі Оболенська Т. Є.

РОЗВИТОК СОНЯЧНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ

Стрімкий розвиток суспільства, науки та техніки, який спостерігається протягом останніх десятиліть, зумовив величезний попит на енергоресурси. Вся сфера життя зосереджена на використанні електрики і з кожним днем людство все більше потребує її. Зростання необхідності в електроенергії при ресурсних і екологічних обмеженнях стає вже критичним фактором подальшого розвитку суспільних сфер життєдіяльності нашої економіки. На даному етапі розвитку енергетики все більш значуще місце посідає відновлювана, яка в подальшому взагалі може витіснити традиційну.

Сонячна енергетика продовжує займати провідні позиції за кількістю встановлених потужностей серед всіх відновлюваних джерел енергії в Україні та світі. У період з 2019 по 2024 рр. потужність відновлюваних джерел енергії на глобальному рівні прогнозовано може збільшитися на 50 % саме завдяки сонячній енергетиці, адже тільки на PV-сегмент припадає майже **60 %** очікуваного зростання. Потужності сонячної енергетики в Україні зросли за останні 3 роки у понад 7 разів. Зокрема, станом на 1 грудня 2019 р. загальна потужність українських сонячних станцій перевищила **3,8 ГВт**.

У глобальному розрізі середня вартість електроенергії, вироблена сонячними станціями, знизилася на 73%. Інвестори перестали сприймати сонячну енергетику як дорогу за вартістю

галузь. Це дозволяє відновлюваній енергетиці конкурувати з традиційними джерелами без додаткового субсидування на провідних ринках світу. В залежності від законодавчих ініціатив для України 2020 р. може завершитися встановленням від 2 до 5,5 ГВт потужностей сонячної енергетики і наблизити країну до виконання планів енергетичної Стратегії України — досягнення 25 % генерації енергії з відновлюваних джерел від загального енергобалансу до 2035 року. Досягнувши «сонячних» потужностей 5 ГВт Україна може увійти до ТОП15 найрозвиненіших ринків сонячної енергетики у світі. Проте, на шляху до нових досягнень Україні необхідно сформулювати чіткі правила гри та зрозумілу для інвесторів тарифну політику, зокрема впровадити ефективну систему аукціонів для об'єктів відновлюваної енергетики та відмовитись від ретроспективного зниження «зелених» тарифів для побудованих сонячних електростанцій.

Наразі в загальному енергобалансі країни генерація з ВДЕ становить 3,7 %, в грошовому еквіваленті — понад 8 %.Потужність об'єктів відновлювальної енергетики в Україні за 2017 рік зросла на 30 % до 290 МВт, за 2018 рік — на 66 % до 849 МВт, а за три квартали 2019 року — утричі до 2,6 ГВт. Цьому сприяє один з найвищих серед країн Євросоюзу "зелений" тариф для вітрових (ВЕС) та сонячних (СЕС) електростанцій. Держава зобов'язалася купувати всю електроенергію, яку виробляють СЕС та ВЕС. Тариф за кіловат-годину, вироблену ними, утричі вищий, ніж тариф за кіловат-годину, вироблену традиційними станціями. "Зелений" тариф, який становить 10–15 євроцентів за кВт-год, сприяє приходу в галузь інвесторів. У той же час у 2019 році системний оператор об'єднаної енергосистеми країни НЕК "Укренерго" заявив про брак резервів енергосистеми для підтримки її сталості. Одна з причин — великі об'єми виробництва сонячної та вітрової генерації і відсутність достатньої кількості високоманеврових потужностей. Це породило дискусію щодо зміни регуляторного режиму в "зеленій" енергетиці, введення квотування на державну підтримку за видами генерації.

Через суттєві зміни правил роботи ВДЕ з 2020 року, які підсилюються кулуарними рішеннями чиновників та маніпулятивними заявами політиків стосовно майбутнього "зеленої" генерації, на ринку панує нервова атмосфера.

Гравці ринку вже встигли зробити заяви про неприпустимість порушення міжнародних зобов'язань Україною перед інвесторами. У крайньому випадку будуть подані позови в міжнародний інвестиційний арбітраж.

Питання електроефективності для України є особливо актуальним, оскільки споживання енергетичних ресурсів у нашій країні зорієнтовано на традиційні невідновлювані джерела енергії, до того ж Україна імпортує близько 50 % електроенергії за високими цінами, що є дуже невигідним для економіки. Тому аналіз сучасного стану та проблемних аспектів розвитку альтернативної енергетики в Україні є актуальною темою дослідження. Сонячна енергетика (геліоенергетика — альтернативна назва) заснована на перетворенні прямого сонячного випромінювання на теплову та електричну енергію.

Основними перевагами сонячної енергії порівняно з традиційними невідновлюваними джерелами є: доступність і невичерпність джерела; повна безпека для навколишнього середовища; ефективне використання як прямого, так і розсіяного сонячного випромінювання; можливість створення установок практично будь-якої потужності; досить великий термін служби установок (до 50 років). Основними недоліками сонячної енергії є: використання великих площ землі під електростанції; залежність потужності сонячної електростанції від часу доби і погодних умов; висока ціна сонячних фотоелементів, що містять отруйні речовини, такі як свинець, кадмій, галій, миш'як тощо.

Отже, в подальшому в Україні доцільно розширювати використання, насамперед, невеликих сонячних електростанцій, що розміщуються на дахах та стінах будівель. Наразі прикладів успішного спорудження відповідних об'єктів надзвичайно мало. Такий розвиток забезпечить зростання енергетичної незалежності окремих регіонів та зменшення енергетичної залежності економіки України від постачання викопних паливних ресурсів з-за кордону. Розвитком великих (десятки чи навіть сотні МВт встановленої потужності) сонячних електростанцій доцільно займатись також, але вони не повинні розміщуватись на землях, які придатні для сільськогосподарського використання. Тобто, не призводити до зменшення сільськогосподарського виробництва в Україні, оскільки цей напрям за останні декілька років є провідним у розвитку української економіки. Все це у поєднанні із сприятливим законодавством та «зеленими» настроями суспільства дасть змогу Україні залежність від викопних не відновлюваних ресурсів.

Література:

1. Журнал "Альтернативні джерела енергії", (сентябрь-октябрь 2015 г.), с.13-15/
2. Газета «Деловая столица» № 24, 27(август, октябрь 2015г.) с. 15-20/
3. Мхітарян Н. М., Мачулін В. Ф. Проблеми розвинення альтернативної енергетики в Україні. Нетрадіційна енергетика. // Наука та інновації.– 2006/

Півторак Д. К.
Міжнародна торгівля товарами військового та подвійного призначення,4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри міжнародної
торгівлі і маркетингу Олефіренко В. В.

ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ВІЙСЬКОВО-ПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ ВЕЛИКОЇ БРИТАНІЇ

Вступ. Військово-промисловий комплекс (ВПК) — це сукупність взаємопов'язаних та взаємозалежних промислових підприємств, науково-дослідних центрів, підрозділів збройних сил та державних установ, які забезпечують військові потреби держави, виготовляють озброєння і все необхідне для їхнього виробництва[1].

Роль ВПК є вагомою та актуальною, через те, що ВПК виконує промислові, економічні, державно-політичні, та військові функції. Крім цих функцій ВПК виконує завдання з забезпечення оборони і безпеки держави, розвитку та підтримки військово-економічного потенціалу країни, підтримки співпраці у військовій сфері, забезпечення мобілізаційної підготовки економіки держави, контролювання взаємозв'язку між збройними конфліктами і економікою.

Велика Британія володіє достатньою високорозвиненою військовою промисловістю, здатною практично повністю задовольнити потреби національних збройних сил в озброєнні і військовій техніці [2].

Метою роботи є аналіз потенціалу оборонно-промислового комплексу однієї з провідних країн світу — Великої Британії — з метою використання її досвіду та впровадження нових управлінських рішень у національний оборонно-промисловий комплекс, дослідження сучасного стану ВПК країни, а також співпрацю ВПК Великої Британії з іншими країнами у цій сфері.

Методи дослідження. У ході роботи для вирішення поставлених завдань були використані такі методи: порівняльний метод (для аналізу динаміки зміни обсягів військового виробництва), табличний та графічний методи (для подання і оцінки зібраних даних).

Огляд фахової літератури У роботі використані такі джерела, як Статистика експорту оборони та безпеки Великої Британії за 2018 рік [3], де зазначено рейтинг країн за обсягом ВПК, найбільш розвинуті галузі ВПК Великої Британії та огляд динаміки експорту продукції ВПК Великої Британії. Було розглянуто публічні матеріали Міністерства оборони Великої Британії «Оборона Великої Британії у числах, 2019 р» [4], де зазначається обсяг експорту продукції ВПК Великої Британії по регіонах та витрати на ВПК та розташування британських військ у якості учасників різних програм миру.

Також у роботі проаналізовано статтю «Стратегія національної безпеки і огляд стратегічної оборони і безпеки Великої Британії»[2], з ресурсу «Закордонний військовий огляд», у якій описується ВПК Великої Британії та співробітництво з іншими країнами.

Результати дослідження. На сучасному етапі Велика Британія є однією з провідних країн світу, які беруть активну участь в системі міжнародних відносин. Велика Британія володіє високорозвиненим та одним із лідируючих у світі військово-промисловим комплексом. За обсягами виробництва військової техніки Велика Британія займає одне з провідних місць у Європі. Більше 13 тисяч підприємств беруть участь у забезпеченні виготовлення продукції військово-промислового комплексу у ролі різних підрядників, з яких близько 1400 випускають товари військового призначення. [2]

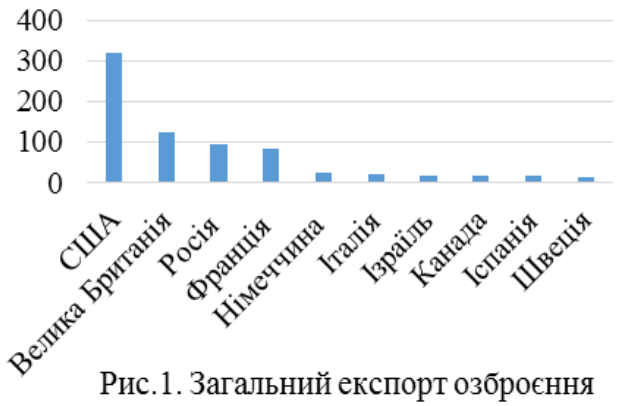


Рис.1. Загальний експорт озброєння та військової техніки з 2009 до 2018 року (млрд дол США) [3]



Рис. 2. Експорт товарів військового призначення Великої Британії за регіонами світу, 2019 рік [4]

Велика Британія є однією з провідних країн, які експортують озброєння та військову техніку. На рис. 1 зображено частку ринку експорту товарів оборонної промисловості провідних країн у цій галузі: США, Великої Британії, Росії, Франції, Німеччини та інших починаючи з 2009 року. Згідно з рис. 1 лідером ринку є США, випереджаючи інші країни більше ніж вдвічі. На другому місці є Велика Британія, яка зберегла свою позицію другого найбільшого експортеру озброєння в усьому світі з вартістю проданої продукції майже 125 мільярдів доларів США. У 2018 році США досягли частки ринку у 40 %, Велика Британія — 19 %, Росія — 14 % та Франція — 9 % [3].

На рис.2 показано експорт військової техніки Великої Британії за регіонами. Домінуючим напрямком експорту є країни Близького Сходу (близько 60 %), другим за обсягом експорту є ринок Північної Америки, на яку припадає 5 частина від всього експорту, а третім є ринок Європи [4].

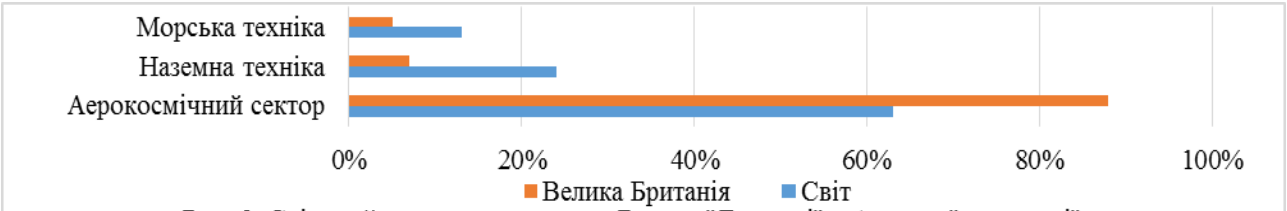


Рис. 3. Світовий експорт та експорт Великої Британії оборонної продукції за секторами, 2009-2018 роки [3]

ВПК Великої Британії представлено всіма галузями оборонної промисловості — авіаційною, радіоелектронною, атомною, ракетно-космічною, боєприпасною, бронетанковою, артилерійсько-стрілецькою та кораблебудівною. Проте, експортується з Великої Британії найбільше продукція аерокосмічного сектору. Як видно на рис. 3. 88 % її експорту становлять товари авіаційної галузі. Як лідер у цій сфері Велика Британія виробляє найбільш конкурентоспроможну продукцію [3].

Велика Британія активно співпрацює з іншими країнами у сфері ВПК, а саме бере участь в діяльності керівних військово-політичних органів і командувань Північноатлантичного союзу, забезпечує функціонування на своїй території штабу Об'єднаного командування Військово-Морських Сил НАТО. Основним акцентом Великої Британії є розширення зв'язків з ринками, які динамічно розвиваються, в тому числі у сфері оборони. У зв'язку з цією метою Велика Британія заключає контракти щодо поставки військової техніки, виготовленої в Сполученому Королівстві [2].

Найбільшим партнером Великої Британії у сфері ВПК є США, співробітництво цих країн відбувається майже у всіх сферах оборонної промисловості. З європейськими військово-промисловими підприємствами Велика Британія веде меншу співпрацю, проте також реалізуються проекти спільні з Францією, Німеччиною [2]. Щодо України, налагоджена співпраця з ДП "Антонов". Для України Велика Британія — це стратегічний партнер, тому Україна зацікавлена в отриманні британського досвіду у сфері ВПК [5].

Висновок. Велика Британія має перспективи утримувати співпрацю з партнерами на належному рівні, тому розробляються проекти з США, Німеччиною та Францією. ВПК є фундаментом національної безпеки держави, оскільки забезпечує збройні сили новітніми зразками військової техніки і всім необхідним для виконання покладених на них завдань із забезпечення захисту інтересів держави. За останні роки Велика Британія перетворилася в найбільш швидко зростаючу сучасну економіку світу, маючи високорозвинену військову промисловість, здатну задовольнити потреби національних військових сил у воєнній та військовій техніці. Велика Британія за офіційними даними Міністерства оборони Великої Британії займає друге місце за обсягом експорту у період з 2009 до 2018 р., 60 % експорту ВПК експортується до Середнього Сходу, 18 % до Північної Америки й 11 % до країн Європи [4].

Таким чином, ВПК відіграє важливу роль в економіці Великої Британії, адже являється однією з провідних галузей країни, а розвиток та підтримка військово-промислового комплексу Великої Британії на такому високому рівні — це одне з головних завдань цієї держави.

Література:

1. Головко В.В Воєнно-промисловий комплекс // Енциклопедія історії України : у 10 т. / редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. ; Інститут історії України НАН України. — К. : Наук. думка, 2003. — Т. 1 : А — В. — 688 с. : іл. — ISBN 966-00-0734-5.
2. Маринин А. "Стратегія національної безпеки і огляд стратегічної оборони і безпеки Великобританії" / А. Маринин. // Закордонний військовий огляд. — 2016. — № 4. — С. 17–23.
3. UK Defence & Security Export Statistics for 2018 [Електронний ресурс]. — 3007. — Режим доступу до ресурсу: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/822133/uk-defence-and-security-export-statistics-for-2018.pdf.
4. UK Defence in Numbers 2019 [Електронний ресурс] // Ministry of Defence. — 2019. — Режим доступу до ресурсу: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/869612/20200227_CH_UK_Defence_in_Numbers_2019.pdf.
5. Солодкий С. Аудит зовнішньої політики: Україна — Велика Британія [Електронний ресурс] / С. Солодкий, М. Бєлєсков // Інститут світової політики. — 2017. — Режим доступу до ресурсу: http://neweurope.org.ua/wp-content/uploads/2017/10/Aud_Ukr_GB_ukr_inet.pdf.

Шелест О. М.
“Міжнародна економіка”, 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедрі міжнародної торгівлі і маркетингу Іщенко А. В.

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ КОСМЕТИЧНИХ ЗАСОБІВ

Вступ. Розвиток масового виробництва та посилення конкуренції сприяло формуванню засобів та інструментів комунікацій, які допомогли б розповсюдити інформацію про вироблену продукцію. Маркетингова комунікація являє собою діалог між організацією та її оточенням. Застосування інструментів МК відіграє одну з головних ролей у збереженні і зміцненні позицій підприємства на ринку. Просування продукції в діяльності підприємства є найважливішою складовою комплексу маркетингових заходів, своєрідним інформаційним виходом на споживача. Ціль МК — змінити чи вплинути на погляди цільової аудиторії на рекламований об’єкт у довгостроковій перспективі.

Метою дослідження є аналіз теоретичного аспекту та тенденцій маркетингових комунікацій на міжнародному ринку косметичних засобів.

Актуальність теми полягає в тому, що швидкий розвиток ринку маркетингових комунікацій, поява новітніх засобів впливу на кінцевого споживача, зростаюча конкуренція всередині галузі — вимагають переосмислення підходів до інструментів комунікацій. Новітні засоби комунікацій та загострення конкуренції на ринку інформаційних послуг, що пов’язано з поширенням новітніх технологій сприяють пошуку нових засобів комунікації з споживачами та підвищенню ефективності існуючих методів просування.

Методи дослідження. Теоретико-методологічним базисом є провідні дослідження у сфері маркетингу. В роботі застосовано такі методи дослідження: економічного узагальнення, систематизації, аналізу і синтезу — для дослідження еволюціонування та трансформування наукових підходів у теорії маркетингових комунікацій. Інформаційною базою дослідження є монографії, науково-аналітичні статті вітчизняних і зарубіжних науковців, фахівців-практиків щодо ефективності діяльності та управління комплексом маркетингових комунікацій підприємства, матеріали, опубліковані в періодичних виданнях та в мережі Інтернет.

Огляд фахової літератури. Над теоретико-методологічними основами формування комплексу маркетингу та його складової — маркетингових комунікацій — працювали такі зарубіжні та вітчизняні вчені, як: В.І. Беляєв, Н.В. Бутенко, М.В. Корж, Е.В. Мінько, Л.Б. Нюренбергер, Г. Армстронг, Ф. Котлер, К. Філл, Дункан і Моріарті, П. Сміт, О. Чукурна, З. Шукліна та ін.

Але не тільки безпосередньо вчені вивчають питання маркетингових комунікацій. Цим питанням займаються також міжнародні організації та інституції. Серед них є: Центр зв'язків з громадськістю USC (CPR), що випускає щорічні звіти про глобальні комунікації; Euromonitor International, що досліджує не тільки загальні тенденції розвитку комунікацій, а й особливості просування в індустрії краси; EACA є «голосом» європейських комунікаційних агентств та асоціацій та ін. Серед організацій, що визначають тенденції та вимоги щодо якості та забезпечують сертифікацію на ринку косметичних засобів є: Vegan Society, BDIH, ECO control (certified product quality) та ін.

Результати дослідження. Ефективний вихід товару на ринок та його подальше просування неможливі без інтенсивного використання комплексу маркетингових комунікацій, що спрямовується на інформування, переконання, нагадування споживачам про товар, підтримку збуту, а також створення позитивного іміджу підприємства.

Під маркетинговими комунікаціями слід розуміти процес передачі інформації про підприємство та його товар з метою впливу на цільову та інші аудиторії та отримання зустрічної інформації про реакцію цих аудиторій на здійснений підприємством вплив [1]. Компанії використовують маркетингові комунікації для реклами різних брендів, які вони продають, щоб підвищити їх престиж та імідж, залучити більше клієнтів та підвищити свою прибутковість [2].

Тенденції з кожним роком змінюються, як і використання інструментів маркетингових комунікацій. Новітньою тенденцією досліджень МК став перехід до двостороннього спілкування, підкреслюючи той факт, що клієнти — активні гравці, а не пасивні одержувачі. Це означає, що цей крок полягає не в тому, щоб повністю змінити традиційний спосіб передачі рекламних повідомлень споживачам, а також врахувати зростання інших видів реклами, таких як реклама в Інтернеті та ін. Косметичні бренди використовують різні стратегії комунікації та різні елементи Promotional Mix, розповсюджують свою продукцію в засобах масової інформації та через Інтернет. Вони також використовують партизанський маркетинг, пряму розсилку, спам тощо [1].

1. *Digital Marketing.* На сьогодні, *звички покупців змінюються, а цифрові технології проклали шлях для електронної комерції та соціальних медіа, що дозволило використовувати нові бізнес-моделі та канали комунікації для брендів. Для споживачів пріоритетом стає вже не тільки товар. Натомість вони стали орієнтованими на досвід використання товару/послуги, і в цьому контексті роль соціальних медіа продовжує зростати. Соціальні медіа не тільки сприяють залученню нових споживачів, а й сприяють формуванню лояльності до бренда. Споживачі в соціальних мережах довіряють своїй думці та відгукам більше, ніж оголошенням.*

У 2020 зростання ринку Інтернет-реклами продовжується, ключовими факторами зростання є домінуючі обороти глобальних гравців Facebook та Instagram для банерної реклами, Google (Youtube) для онлайн-відео і пошуку, а також зростання частки мобільного трафіку [3]. *Сектор краси давно зрозумів цю нову реальність. За даними Statista , 96% брендів краси вже мають Instagram-профіль [4]. Сьогодні майже неможливо бути у соціальних мережах, не натрапляючи на контент, пов'язаний із індустрією краси.*

2. *Креативність.* Уміння генерувати нові ідеї є найціннішою якістю для будь-якого маркетолога у всі часи. Однією з найважливіших стратегій просування стає візуалізація. Все більше компаній косметичних засобів використовують для реклами відеоролик із захоплюючим вмістом, щоб розповісти про історію свого бренду таким чином, щоб зв'язатися зі своєю аудиторією на більш особистісному рівні. Зростання візуальних медіа на цифрових каналах відбувається вже роками, а текстові платформи як наслідок *зменшуються*. Дослід-

ники цього питання передбачають, що до 2021 року на медіа-платформах буде весь візуальний контент. [5]

3. Іншою, тенденцією є *екологічність продукції*. Сьогодні, споживачі масово виступають за екологічність та натуральність інгредієнтів саме у косметичних засобах. Хоча, близько 24-30% ринку інгредієнтів для особистої гігієни та косметики складається з натуральних інгредієнтів, тоді як 70-75% — синтетичних [6]. Варто зазначити, що все більше брендів випускають особливі лінійки своєї продукції чисто з натуральними інгредієнтами, а деякі повністю переходять на органічну продукцію.

4.Паралельно з цією тенденцією є інша — *відмова від товарів компаній та підприємств, які тестують свою продукцію на тваринах*. Створюються спеціальні списки "білої" та "чорної" продукції з метою попередити користувачів та знизити попит на такі товари. Але якщо на етикетках або в рекламі вказано «Натуральні інгредієнти» та «Не тестовано на тваринах», такий товар буде неодмінно користуватися перевагою серед інших.

Висновки. Отже, у дослідженні визначено сутність маркетингових комунікацій та ідентифіковано тенденції сучасного спрямування комунікативно-інформаційних трендів. Тож, якщо компанія косметичних засобів комплексно застосовує маркетингові комунікації; посилює зворотний зв’язок зі своєю аудиторією; використовує медіа та застосовує креативні рішення; слідкує за тенденціями у світі з використання тих чи інших компонентів (адже якість косметичних засобів — питання надзвичайно актуальне) — кампанія з маркетингових комунікацій буде ефективною.

Сучасні тенденції розвитку маркетингових комунікацій свідчать про їх креативність та можливість подальшого удосконалення та отримання ефекту за рахунок вдалого використання інструментів маркетингових комунікацій.

Література:

1. Міронова Ю.В., Кагляк О.О., Пітик О.В. Науково-теоретичні основи дослідження маркетингових комунікаційних процесів на підприємстві. Вісник Хмельницького Національного Університету. Економічні науки. 2016. № 1. С. 207–214.
2. Tereza Klabíková Rábová. "Marketing Communication of SMEs Specialized in Cosmetic Industry in Magazines for Women" Procedia — Social and Behavioral Sciences, vol. 175, 2015.
3. Об’єм рекламно-комунікаційного ринку України 2019 і прогноз об’ємів ринку 2020 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://vrk.org.ua/news-events/2019/ad-volume-2019.html
4. Instagram: global brand adoption rate 2016, by category [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.statista.com/statistics/305292/worldwide-instagram-brand-adoption-rate-category/
5. *2019 Global Communications Report.* [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://assets.uscannenberg.org/docs/2019-global-communications-report.pdf
6. 5 Key Trends to Watch in the Beauty Market in 2020 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://blog.marketresearch.com/5-key-trends-to-watch-in-the-beauty-market-in-2020
7. Social Media and Technology Trends [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://courses.lumenlearning.com/boundless-marketing/chapter/social-media-and-technology-trends/

ПЛАТФОРМА 6
КРЕАТИВІЗАЦІЯ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Вєлікова О. Г.
«Міжнародний бізнес», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к. е. н., доцент кафедри міжнародного менеджменту Рябець Н. М.

ТРАНСФОРМАЦІЯ ВИДОВОЇ СТРУКТУРИ РИЗИКІВ МІЖНАРДНОГО БІЗНЕСУ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ

Кожного дня людство йде вперед, а разом із ним розвиваються і технології. Так само і ризики змінюються, адаптуючись до нових умов, про що свідчать й результати дослідження World Economic Forum. [1] Варто зазначити, що так само як і сам бізнес зазнав значних змін, викликаних інтенсифікаціє процесів глобалізації, суттєво змінилась й видова структура ризиків глобального бізнес-середовища. Протягом останніх років значну питому частку становлять ризики, пов'язані із екологією, технологіями, соціального та геополітичного характеру. У часи цифрової ери, бізнесу загрожують витоки інформації та кібератаки; люди почали спостерігати тенденцію до катастрофічного виснаження ресурсів планети та її забруднення; країни постійно стикаються з великомасштабною міграцією, соціальною безвідповідальністю тощо.

Сучасні науковці визначають ризик як невизначеність, невпевненість в отриманні прибутку або небезпеку збитків через якісь непередбачені події в майбутньому. Питанням щодо управління та систематизації ризиків міжнародного бізнесу присвячено праці як зарубіжних, так і вітчизняних дослідників , серед яких Н. В. Василенко, В. В. Вітлінський, Х. Райф, Р. Кіні та інші.

Для вивчення проблеми було обрано метод критичного аналізу наукової, методичної літератури та наявного практичного досвіду бізнес-одиниць.

В той же час варто наголосити на тому, що виникнення, розповсюдження та управління ризиками має певні регіональні особливості, які на наш погляд, доцільно розглянути більш детально.

Для топ-менеджменту підприємницьких структур, що ведуть свою діяльність в Північній Америці, в Європі, в Східній Азії та в країнах Азійсько-Тихоокенського регіону кібератаки уже не перший рік поспіль є ризиком номер один для ведення бізнесу. Стійкість та масштаби поширення цього ризику залишаються в центрі уваги бізнесменів, що підкреслює зростаючу винахідливість шахраїв та швидке розповсюдження кібератак. У липні 2019 року Capital One Financial Corporation, американська банківська холдингова компанія, оголосила, що конфіденційність особистої інформації понад 100 мільйонів осіб, включаючи номери рахунків соціального страхування, була порушена в результаті масового викрадення даних. Ця ситуація, звісно ж, відобразилася на загальному стані та функціонуванні компанії — вона втратила більше 100 млн дол. США та довіру своїх клієнтів, що в подальшому може призвести до ще більших втрат.

Останнім часом все частіше зустрічаються ризики, викликані змінами клімату та аномальними погодними умовами. Багато розвинених країн вже активно включилися в процес адаптації своїх економік до нових кліматичних умов. Національні та регіональні стратегії адаптації розробляються або вже працюють, наприклад, в Данії, Фінляндії, Великобританії, США, Канаді, Австралії та багатьох інших країнах. Відбуваються і очікувані зміни клімату, в першу чергу негативні наслідки цих змін істотно впливають на соціально-економічний розвиток країни в цілому, життя і здоров'я її громадян і на функціонування міжнародного бізнесу, зокрема. В даний час набагато частіше заходи вживаються після руйнівного стихійного лиха і усвідомлення все більш високої ймовірності його повторення в майбутньому. У доповіді Ніколаса Стерна "Економіка зміни клімату" підкреслюється, що адаптація економіки і інфраструктури потрібна значно менше, ніж усунення негативних наслідків зміни клімату. Поряд з цим, існує цілий ряд ризиків, пов'язаних з мінливим кліматом, які не можна не враховувати при довгостроковому плануванні розвитку бізнесу. Рівень підготовки до ризиків, викликаних змінами клімату, в цілому є низьким; найбільш високий ступінь готовності до таких ризиків у американських компаній, найнижчий — у європейських.

Європейські бізнес-лідери також визначили безробіття або неповну зайнятість дуже часто виникаючими ризиками — найбільше вони впливають на Іспанію та Туреччину, де безробіт-

тя залишається вище середнього по регіону. В Іспанії безробіття було основним ризиком для 60 % респондентів країни. Незважаючи на те, що рівень безробіття в Іспанії знаходиться на найнижчому рівні з 2008 року, він все ще вищий, ніж до фінансової кризи 2008–2009 рр. (8,2 % у 2007 р. проти 15,3 % у 2018 р.). Що стосується Туреччини, однієї з найбільш густонаселених країн регіону, цей ризик займає перше місце, що засвідчує той факт, що рівень безробіття зростає протягом останніх шести років поспіль. [2; 3].

Врешті решт в 2019 році широкомасштабна мимовільна міграція увійшла до списку перших десяти бізнес-ризиків, особливо у країнах, що знаходяться на так званому Балканському маршруті, та тих, у кого значна питома міграційного населення — Німеччину та Швейцарію. Незважаючи на те, що мимовільна імміграція до Європейського Союзу в останні роки зменшується, безліч бізнесменів з регіону дуже стурбовані тим, що невдовзі здатність європейської економіки підтримувати майбутні міграційні потоки може відчутно зменшитися.

В той же час варто зазначити, що в сучасних умовах розвитку , які характеризується стрімким зростанням ступеня невизначеності, економічні аспекти діяльності викликають велике занепокоєння у європейських керівників бізнесу, а ризик виникнення, так званої, «економічної бульбашки» займає перше місце на Кіпрі, в Естонії, Литві, Португалії та Швеції, і друге в інших європейських економіках, включаючи Францію, Німеччину та Іспанію [3].

Також дуже вагомим ризиком для бізнесу наразі є міждержавні конфлікти. Тривала геополітична напруженість між країнами, а саме продовження відповідних санкцій ЄС проти Росії, через невирішену ситуацію на сході України не може не напружувати економічні відносини між державами та загострює їх торговельні відносини. Країни з сильним фінансовим сектором, такі як Швейцарія та Люксембург, залежать від стабільних економічних міжнародних ринків; посилена геополітична невизначеність створює більш високі ризики для інвесторів.

На початку 2020 року спершу Китай, а потім і решта країн світу зіткнулись із пандемією коронавірусної інфекції,COVID-19. Наразі заражені більше 2 млн людей, країни закриті на карантин, що не може не впливати на світовий бізнес та економічний стан країн. Найбільше всього постраждали США, Італія, Іспанія та Китай. Розорюється багато підприємств, різко зростає рівень безробіття. Особливо сильно це торкнеться працівників у країнах з низьким та середнім рівнем доходу. Що ще гірше, очікувані масштабні втрати робочих місць серед трудових мігрантів, швидше за все, матимуть вплив на економіку, яка сильно залежить від грошових переказів.

Що ж стосується України, то як свідчать дані опитування, яке проводилося Європейською бізнес асоціацією (ЄБА), у період з 24 по 30 березня за участю 1811 підприємців, 8 % опитаних представників малого бізнесу відмічають можливість повного закриття бізнесу, 78 % зазначили можливу втрату до 75 % доходів, і тільки 4 % прогнозують зростання прибутку. Підприємці також відзначають, що уповільнення бізнес-активності в умовах карантину призводить до скорочення штату і зарплати персоналу. Зокрема, 41 % респондентів планує скоротити рівень заробітних плат працівників, 33 % ще не визначилися, а решта 26 % збережуть обсяг виплат. Скоротити штат доведеться менеджменту 31 % підприємств, 21 % ще не визначилися, а 48 % респондентів не планують ніяких скорочень.

В той же час компанія "British Telecom" оприлюднила результати дослідження, в рамках якого було опитано 600 топ-менеджерів компаній різного масштабу з різних галузей і країн світу, які поділилися своїми прогнозами щодо можливих ризиків для своїх фірм протягом найближчих десяти років і оцінили рівень їх готовності до них. Воно показало, що ризик невідповідності законодавчим вимогам в цілому залишається найголовнішим для міжнародних компаній, незалежно від того, на яких ринках вони ведуть бізнес. Для компаній, що працюють на ринках, для яких характерні найбільш високі темпи зростання (включаючи Китай, Індію, Україну, а також країни Близького Сходу і Північної Африки), продовжує зростати значимість ризиків, пов'язаних з конкуренцією за висококваліфіковані кадри. Зміни демографічної картини світу, старіння населення ряду країн, прагнення потенційних працівників на тлі рецесії світової економіки отримувати більш високі зарплати, а також ряд інших факторів призводять до серйозної проблеми нестачі кваліфікованих кадрів. Кадрова політика посідає третє місце в загальному рейтингу ризиків, причому, що цікаво, потрапляє в число перших чотирьох ризиків майже у всіх галузевих рейтингах.

Велике занепокоєння у бізнесменів викликають протиріччя між глобалізацією і спробами від неї дистанціюватися, що виражаються в політиці протекціонізму окремих країн в частині міжнародних економічних відносин. Обмеження глобалізації, викликане підйомом протекціонізму, більшістю респондентів названо одним з найсерйозніших бізнес-ризиків десятиліття.

Отже, за результатами опитування було визначено 12 найбільш актуальних ризиків: зростання протекціонізму, стрибок цін на нафту, різке зниження цін на активи, поява підривної бізнес-моделі, міжнародний тероризм, раптові зміни законодавства, світова рецесія, нестабільна ситуація на Близькому Сході, збільшення конкуренції з боку компаній на ринках, що розвиваються, брак кваліфікованих кадрів, зміни клімату , зростання промислового забруднення. Показово, що серед них не виявилося тих, що прийнято називати технологічними. Більшість управлінців оцінили їх як відносно серйозні, але при цьому зазначили, що їх компанії готові у всеозброєнні зустріти і відбити такі загрози, як вірусні атаки, розголошення конфіденційної інформації і перебої в роботі інформаційних систем. Також значна частка респондентів (68 %) передбачила зростання важливості ризик-менеджменту як стратегічного інструменту в прийдешнє десятиліття. [5]

Таким чином, суб'єктам міжнародного бізнесу на сучасному етапі розвитку, варто приділяти основну увагу уточненню своїх ринкових стратегій і створення бізнес-інфраструктури, яка дозволить їм поліпшити свої конкурентні позиції і забезпечити зростання бізнесу, мінімізувати ризики та тим самим максимізувати ефективність їх реалізації.

Література:

1. The Global Risk Report 2020. // World Economic Forum. — 2020.
2. Regional Risks for Doing Business 2019. // World Economic Forum. — 2019.
3. Regional Risks for Doing Business 2018. // World Economic Forum. — 2018.
4. The major trade implications of the Canada-Saudi Arabia spat [Електронний ресурс] // The Conversation. — 2018. — Режим доступу до ресурсу: https://theconversation.com/the-major-trade-implications-of-the-canada-saudi-arabia-spat-101306.
5. Risk 2018 Planning for an unpredictable decade. // The Economist. — 2018.

Єршова С. О.
«Міжнародний бізнес», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри міжнародного менеджменту Рябець Н. М.

КРЕАТИВІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ ТА ДІЯЛЬНОСТІ ТНК НА ПРИКЛАДІ КОРПОРАЦІЇ VOLKSWAGEN GROUP

Підвищення ефективності та прибутковості діяльності компаній наразі є нагальним питанням для більшості організацій. Загальносвітові тенденції вдосконалення процесів управління підприємством в умовах інтенсифікації процесів глобалізації, загострення конкурентної боротьби та різкого зростання ступеня невизначеності зовнішнього по відношенню до підприємства середовища вимагають від бізнес-структур якомога швидкого переходу від традиційних методів управління персоналу до інноваційних. Постійне зростання конкуренції та невизначеність зовнішнього середовища змушують компанії переглядати свої методи управління та адаптуватись до реалій мінливого ринку. Одним з таких методів слід розглядати перехід від традиційного управління до інноваційного. Інноваційне управління персоналом передусім має на меті підвищення творчого потенціалу організації задля забезпечення успіху та розширення ринкових ніш на глобальному ринку. Необхідність практичної імплементації змін в організаційній структурі підприємства, нові умови і вимоги виступають сьогодні мотиваційним стимулом для топменеджменту підприємницьких структур щодо виявлення та забезпечення подальшого розвитку у працівників абсолютно нових професійних здібностей та навичок.

Під час підготовки запропонованого дослідження нами були використані такі методи, як аналіз, порівняння, синтез та логічне виведення. В якості інформаційних джерел слугували оприлюднені фактичні та теоретичні дані наукових та фахових публікацій, періодичних видань, а також Інтернет джерела.

Підходи щодо виявлення економічної природи кретивізації зосереджені на трьох аспектах — вплив творчості на економічне зростання, методи моделювання ринків для творчості та максимізації ефективності. На початку XX століття видатний австро-американський економіст

та дослідник Йозеф Шумпетер представив економічну теорію «творчої руйнації», яка стала підґрунтям для сучасного філософсько-управлінського переосмислення інновацій та креативізації.

Деякі економісти, зокрема, Пол Ромер, розглядають креативність як важливий елемент рекомбінації елементів для виробництва нових технологій і продуктів і, отже, економічного зростання. Дослідники Марк А. Ранко і Даніель Рубенсон спробували описати «психоекономічну» модель творчості. Такий підхід зазнав критики за те, що він розглядає процес споживання творчості як такий, що завжди має позитивну корисність, і за те, як він аналізує цінність майбутніх інновацій.

Сьогодні під інновацією розуміється результат розроблення та впровадження нових або вдосконалених технологій в різних сферах (включаючи управління), що забезпечує отримання комплексного ефекту (економічного, соціального, екологічного, науково-технічного та ін.) [4, с. 27].

Правомірним в контексті інновацій є висновок щодо запровадження нових та вдосконалених моделей і механізмів в управлінні працею. Оскільки, сучасна економічна наука визначає працю не тільки як свідому виробничу діяльність, спрямовану на одержання корисного результату для задоволення матеріальних та духовних потреб, а й як вид економічних ресурсів.

Креативно-інноваційне управління персоналом передусім має на меті підвищення творчого потенціалу організації задля забезпечення успіху в конкурентній боротьбі і розширення ринкових ніш в організації.

Творчий потенціал перш за все пов’язаний з діяльністю співробітника і повинен оцінюватись виходячи з його впливу на цю діяльність. Творчий потенціал кожного працівника реалізується повною мірою тільки тоді, коли він співпадає із потребами компанії.

Підприємства, що посилюють та активують творчій потенціал своїх працівників мають більшу частоту нововведень, вони є більш конкурентоспроможними та прибутковими. Згідно оцінок експертів та вчених приблизно 40% ВВП розвинених країн формується завдяки креативним працівникам. З практичної точки зору, цікавим для аналізу топ-менеджментом українських бізнес-структур, з метою виявлення потенційних варіантів адаптації і наслідування з метою виявлення та розвитку креативного потенціалу власних працівників, є досвід корпорації Volkswagen Group

Volkswagen Group зробила важливі кроки для підвищення творчого потенціалу своїх працівників по всьому світу. З метою забезпечення всім працівникам оптимальних умов для досягнення високих показників діяльності, компанія робить усе можливе, щоб підтримати індивідуальні шляхи розвитку кожного працівника, тим самим надає різноманітні можливості для їх навчання та забезпечує організацію сучасних робочих середовищ. Зростання питомої ваги у виробничих процесах різноманітності, доброчесності, поваги та відповідальності є ключовою метою стратегії розвитку людських ресурсів Volkswagen Group.

В рамках своєї оновленої стратегії “TOGETHER — Strategy 2025” група розробляє, підтримує та розширює інноваційне середовище для своїх співробітників для роботи в майбутньому. Гнучка робота, між функціональна співпраця і плоска ієрархія з кожним роком набувають все більше переваг для значимості в діяльності корпорації Volkswagen. За результатами діяльності підприємства запроваджуються прямі та непрямі форми участі працівників, зокрема виплата разових премій та бонусів, участь у прибутку та капіталі. Для інтелектуальної, творчої, інноваційної праці вагому частку у структурі ставки заробітної плати працівників корпорації. Volkswagen AG, складає економічна рента та квазірента як прибуток від використання унікального ресурсу праці. У соціальному пакеті мотиваційне навантаження найбільшою мірою припадає на корпоративні програми кредитування (іпотека, автокредит) та віртуальні рахунки на соціальні послуги з преференціями за посадовим рівнем. Система нематеріальної мотивації базується на принципах корпоративної культури. Поширення інноваційних та нестандартних форм зайнятості в межах корпорації також сприяє застосуванню гнучких графіків роботи як чинника, що посилює вмотивованість персоналу. Домінантою в удосконаленні умов праці стає розвиток розгалуженої соціальної інфраструктури

Як наслідок, корпорація є однією з найбільш інноваційних та успішніших корпорацій у світі, про що свідчать оприлюднені дані та рейтинги, складені провідними міжнародними агентствами. Так, за підсумками 2019 р. Volkswagen AG посіла 9 місце серед усіх компаній за рівнем доходу ($278 342 млн).

Проте, на даний момент в більшості українських компаній ще не сформувався подібний корпоративний клімат, а інноваційний менеджмент тільки починає впроваджуватись. Доказом того, що сучасному бізнесу необхідно робити ставку на творчий потенціал, стають аме-

риканські фірми, які показують, що кожні $35 тис., інвестовані в навчання та вдосконалення кадрів, приносять прибуток компанії в $1 млн.

Слід зазначити, що варіанти забезпечення належних умов розвитку для творчого потенціалу співробітників дуже різноманітні. Важливо відібрати з них ті, які відповідають специфіці діяльності конкретної організації. Не існує універсальних рецептів розвитку творчості працівників — це завдання, вимагає від менеджера творчого підходу і високого професіоналізму.

Таким чином, для вирішення завдання щодо стимулювання творчого мислення персоналу в українських організаціях можна виділити кілька загальних, найбільш істотних моментів: необхідність побудови організаційної культури творчого типу; використання як матеріальних, так і нематеріальних стимулів; стимулювання творчого мислення співробітників постійного характеру; гнучкі системи матеріального стимулювання; запровадження одноразових виплат за вирішення складних управлінських завдань; можливість підвищення кваліфікації в спеціалізованих навчальних центрах.

Отже, вивчення проблеми мотивації та стимулювання кретивізації та підвищення творчого потенціалу працівників є досить актуальною для підприємницьких структур, зокрема й компаній України, особливо в умовах посилення процесів глобальних трансформацій. Системний моніторинг системи взаємозв'язків співробітників, співробітників і керівників, а також самих керівників різних рівнів управління є необхідним. Ця система взаємозв'язків повинна бути націлена на підтримку відносин творчого типу, що заохочує самовираження та реалізацію власної індивідуальності.

Література:

1. Беленкова О. А., «Творческий потенциал человеческого капитала инновационной экономики», Analitika rodis, 2018. С. 65–78.
2. Бизнес и проблемы долгосрочного устойчивого социально-экономического развития. Сборник научных статей, вып. 14, 2013.
3. Петрова І. Л. Інноваційна діяльність: стимули та перешкоди : [монографія] / І. Л. Петрова . — К. : Дорадо, 2010. — 320 с.
4. Volkswagen A.G. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.volkswagenag.com/en.html

Карпенко О. В.
«Міжнародний бізнес», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н. доцент кафедри міжнародного менеджменту Рябець Н. М.

ВІДПОВІДАЛЬНІ ІННОВАЦІЇ ЯК ФАКТОР СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

В сучасних умовах розвитку корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) є важливим інструментом в діяльності корпорацій. Сфери впровадження КСВ є універсальними для більшості компаній, вони спираються на Цілі сталого розвитку ООН. Соціальна відповідальність є прозорою та етичною, вона має сприяти сталому розвитку, суспільному добробуту, враховувати інтереси зацікавлених сторін та діяти відповідно до чинного законодавства та міжнародних норм. Базовими механізмами реалізації КСВ є благодійність, волонтерство та зміна технологічних інструментів. Однією з новітніх характеристик діяльності соціально відповідальних компаній є відповідальні інновації (*responsible innovations, RI).* Великі міжнародні корпорації мають приблизно однаковий рівень розвитку КСВ, але саме соціальні інновації роблять компанію унікальною та виділяють її, порівняно з конкурентами. Завдяки відповідальним інноваціям компанія здатна отримати більшу прихильність від споживачів та підвищити цінність, саме тому питання соціальних інновацій залишається актуальним. Проблематика відповідальних інновацій полягає у відсутності єдиного чіткого їх визначення публічним, приватним та неприбутковим сектором, відсутності єдиного трактування основних цілей використання інструменту соціальних інновацій та механізмів їх впровадження. В той же час, використання соціальних інновацій пов'язане з певними протиріччями. З одного боку, соціальні інновації сприяють розвитку корпоративної соціальної відповідальності, спрямовані на захист споживачів та приносять користь у вигляді новітніх відповідальних техно-

логій. З іншого боку, соціальні інновації в деяких випадках можуть виступати елементом PR-технологій для просування товарів та послуг компанії-виробника. При цьому витрачання коштів на розробку відповідальних інновацій суперечить інтересам акціонерам та зменшує прибутки компанії. Метою цієї публікації є визначення доцільності використання соціальних інновацій, роль відповідальних інновацій в загальній політиці корпоративної соціальної відповідальності, переваг, які може отримати бізнес від їх впровадження на прикладі міжнародних компаній та перспектив їх використання в Україні.

В ході дослідження були використані наступні методи : синтез, аналіз міжнародних практик, узагальнення наукових висновків.

Єдине загальне визначення даного явища відсутнє, при цьому визначення відповідальних інновацій тлумачиться в широкому контексті. В роботі розглянуті наукові праці дослідників корпоративної соціальної відповідальності, зокрема Арчі Керолла «Піраміда корпоративної соціальної відповідальності», Генрі Мінцберга «Корпоративна соціальна відповідальність», теорії та дослідження корпоративної соціальної відповідальності Мілтона Фрідмана та інші праці як іноземних, так і вітчизняних вчених.

Комплексне визначення responsible innovation представив відомий дослідник інновацій Р. Шонберг (2013), який визначає відповідальні дослідження та інновації як «прозорий інтерактивний процес, за допомогою якого соціальні суб'єкти і новатори взаємодіють в рамках бажаного інноваційного процесу на основі принципів етики для створення товарної продукції і досягнення соціальної стійкості з метою забезпечити належне застосування науково-технічних досягнень в суспільстві». [1] Соціальні інновації визначають конкурентоспроможність загальної політики КСВ на ринку. Доказами цього є висновки дослідників КСВ та соціальних інновацій. Д. Сегель стверджує про кореляцію між НДДКР та КСВ, оскільки багато аспектів КСВ створюють або процес, або інновацію продукту, або те й інше. Отже, розробка КСВ може включати інвестиції в НДДКР, диференціацію продукції, відповідно створювати соціальні інновації. Б. Хастед та Д. Аллен також підкреслили аргументи щодо зв'язку між практиками КСВ та інноваційними стратегіями. Наприклад, компанії повинні застосовувати принципи корпоративної відповідальності щодо своєї продукції, виробничих процесів та практики, що вимагають змін у застосованій технології, що може залучати витрати на НДДКР. Соціальні інновації можуть забезпечити багато переваг, як для корпоративного, так і для державного сектора. В розрізі компаній соціальні інновації сприяють зростанню репутації, унікальності та прибутковості. Для державного сектора соціальні інновації сприяють підвищенню рівня довіри до уряду, вдосконаленню процесів прийняття рішень всередині влади, і появі нових соціальних норм, цінностей і практик. Механізми для розвитку соціальних інновацій відрізняються в залежності від ресурсів, економічного рівня розвитку країни, рівня життя населення та співпраці держави та бізнесу в області КСВ. Світовий досвід показує, що лідерами у створенні соціальних інновацій є інноваційні за своєю природою компанії. Крім цього, відповідальні інновації стимулюють інноваційні компанії співпрацювати між собою. Tesla та Uber — дві компанії, що демонструють передовий досвід у створенні технічних та соціальних інновацій. Компанія Tesla — лідер в галузі електромобілів заявляє про плани випуску електромобілів, що працюють на батареях, які можуть бути заряджені сонячною енергією та автомобілів, що можуть керуватись автономно. Uber також є лідером соціальних інновацій. Компанія зробила реалізацію соціальних автомобілів реальністю, давши змогу водіям-фрілансерам заробляти, пропонуючи свої послуги людям, які потребують перевезення. Після заяви керівництва Tesla про плани випуску нових автомобілів Uber заявив про наміри купівлі 500 000 автомобілів з автономним керуванням у 2020 році. Оскільки відповідальні інновації є в найбільшому ступені притаманними інноваційним компаніям, велику частку таких компаній складають стартапи. Досить часто їх основний продукт чи послуга вже являє собою відповідальну інновацію. Наприклад, українських стартап SolarGaps, що випускає сонячні енергогенеруючі жалюзі або Siroccо — інноваційні вітрові панелі. В даний час усвідомлення необхідності соціальних інновацій в українському суспільстві постійно зростає. Соціальні інновації на нашому ринку репрезентують переважно стартапи, переважно в сфері екології. Ніші соціальних інновацій в сфері освіти, медицини та суспільного ладу для України залишаються відкритими і в той же час саме інновації в цих сферах допоможуть вирішити ряд нагальних проблем. При цьому, як показує досвід, Україна має потенціал до створення інноваційних компаній, які згодом можуть виходити на міжнародні ринки.

Таким чином, відповідальні інновації є ефективним інструментом для розвитку та взаємодії бізнесу, держави та суспільства. Сучасні моделі бізнес-стратегій мають спиратись на інноваційні рішення, реалізовуватись в парадигмі «бізнес-наука-влада-суспільство». Слід звернути увагу на поєднання економічних та соціальних інновацій, розробку оптимальних

інноваційних рішень з точки зору економічного зростання та розвитку та забезпечення соціальної стабільності. Існує потреба у ефективній системі оцінювання, орієнтованій на результати соціальних інноваційних процесів.

В сучасній Україні КСВ перебуває на стадії становлення. Корпорації поки що не використовують інновації як інструмент КСВ в належній мірі. Проте, в сучасних турбулентних соціально-економічних умовах саме відповідальні інновації можуть стати ключовим фактором ефективності українських бізнес-стратегій. Саме відповідальні інновації є одним зі інструментів вирішення соціальних та економічних питань, а ринок України потребує розробки необхідного механізму для їх стимулювання.

Література:

1. A vision of responsible innovation [Електронний ресурс] / Rene Von Schomberg — 2013 — Режим доступу до ресурсу: https://www.researchgate.net/publication/242071460_A_vision_of_responsible_innovation
2. Corporate Social Responsibility [Електронний ресурс] / M. Friedman — 2009. — Режим доступу до ресурсу: https://lucidmanager.org/milton-friedman-corporate-social-responsibility/
3. The case for corporate social responsibility [Електронний ресурс] / Mintzberg H. // Journal of Business Strategy. — 1983 — Режим доступу до ресурсу: https://ru.scribd.com/document/348419920/The-Case-for-Corporate-Social-Responsibility-Mintzberg
4. Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective [Електронний ресурс] / Donald Siegel — 2001. — Режим доступу до ресурсу: https://www.researchgate.net/publication/234074936_Corporate_Social_Responsibility_A_Theory_of_the_Firm_Perspective
5. Corporate Social Strategy in Multinational Enterprises: Antecedents and Value [Електронний ресурс] / Creation Bryan W. Husted & David B. Allen // Journal of Business Ethics volume. — 2007. — Режим доступу до ресурсу: https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-007-9511-4

Ловіна Ю. В.
«Міжнародний бізнес», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри міжнародного менеджменту Рябець Н. М.

КОРПОРАЦІЯ TOYOTA ТА ЇЇ ІННОВАЦІЙНА СИСТЕМА “POKA-YOKE”: СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ПРАКТИЧНОЇ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ

Удосконалення систем організації виробництва та надання послуг, їх оптимізація, є ключовим елементом у поліпшенні діяльності підприємств. Будь-яке виробництво не застраховане від помилок. В результаті невірного розрахунку технічних показників, нераціонально побудованого технологічного процесу може бути допущена помилка, яка в свою чергу є наслідком виробничої діяльності людини. Виробництво зупиняється або сповільнюється до моменту усунення помилки, дефекту. Помилки — це дуже дорога форма втрат в системі ощадливого виробництва, яка може спричинити збут бракованої продукції споживачам, зниження числа замовлень, ступеню задоволеності і в результаті втрати клієнта та репутації компанії. Стабільність виробничого процесу або надання послуг впливають на здатність компанії запропонувати клієнтам продукт або послугу точно в строк, з низькими витратами і швидше за конкурентів. Тим самим підвищується рівень задоволення клієнта, що сприяє виробленню споживчої лояльності до фірми.

Хоча останнім часом спостерігається тенденція до автоматизації виробництва, більшість підприємств залежать від людської праці. А кожна людина може припуститися помилки. Збої в системі можуть відбутися через недосвідченість, неуважність, втому, незнання або ж небажання працівника дотримуватися необхідних процедур. Наразі у бізнес-стрктур є можливість широкого практичного застосування такого методу контролю виробництва й надання послуг, коли дефекти виявляються і коректуються вже в початковій стадії, завдяки інструментам і механізмам зі зворотним зв’язком. Людина може помилятися, а машина буде діяти за заданою програмою. Даний метод прийнято називати — Poka-Yoke або системою запобігання помилок. Poka-yoke призначена для запобігання ненавмисних помилок, допущених працівниками. Цей метод є одним з ключових інструментів ощадливого виробництва та Виробничої ситеми Toyota. Головний принцип ощадливого виробництва — зосередитися на створенні

цінності, постійної оптимізації процесів і зменшення втрат. Запобігання від помилок є прикладом інтелектуалізації виробництва, яке на мою думку, повинно бути імплементоване в усі виробничі системи сучасності.

В рамках даного дослідження були використані такі методи, як теоретико-практичний аналіз методичної літератури; систематизація, узагальнення, аналітичне та практичне опрацювання наявної інформації з теми дослідження.

В процесі дослідження щодо важливості застосування механізмів захисту від помилок для досягнення бездоганної якості продукції аналізувалася книга автора poka-yoke «Zero Quality Control: Source Inspection and the Poka-Yoke System»/Shigeo Shingo; особливості методу та практичне оцінювання прикладів його використання проведено з «Poka-Yoke: Improving Product Quality by Preventing Defects»/Nikkan Kogyo Shimbun; теоретичні засади ощадливого виробництва було розглянуто в «The Toyota Way: 14 Management Principles from the World's Greatest Manufacturer»/Jeffrey K. Liker.

Система poka-yoke була розроблена і впроваджена у виробництво в 1960 році, як частина виробничої системи Toyota, метою застосування даної системи було підвищення якості продукції, запобігаючи появі помилок на діючому виробництві. Винахідник методу — японський інженер Шигео Шинго, експерт в області виробництва і один з творців Toyota Production System. Хоча варто зазначити, що компанія Ford ще в 1908 році широкомасштабно використовувала основні положення цієї концепції в своїй виробничій діяльності.

Пізніше, Шигео Шинго розробив підхід Zero Quality Control (ZQC), метод заснований на переконанні, що виникненню дефектів перешкоджає такий контроль виробничого процесу, при якому дефект не виникне зовсім, навіть якщо машина або людина зроблять помилку. За допомогою цього він відокремив причину від слідства, тобто помилку від дефекту.

В poka-yoke акцент контролю якості зміщується з перевірки готової продукції на попередження виникнення браку на кожному етапі виробництва. Основна особливість застосування методу полягає в тому, що контроль над джерелом помилки є частиною самого виробничого процесу. Виявлення помилок відбувається до того, як вони стають дефектами. Даний контроль здійснюється на всіх стадіях виробництва і надання послуг, але акцент робиться саме на налагоджену інженерну систему персоналу та підприємства. Принцип дії poka-yoke характеризуються: стовідсотковим охопленням перевірки, швидким зворотним зв'язком, низькою вартістю і простотою. Підхід poka-yoke був успішно використаний на різних заводах, відзначимо: рекорд тривалості роботи без дефектів дорівнює двом року.

В корпорації Toyota, звідки цей принцип і походить, вся виробнича система спрямована на забезпечення максимальної ефективності та безпомилкових процесів. Головна частина системи — обладнання, яке автоматично зупиняється при виникненні помилки, подібні механізми застосовуються в Toyota на самих різних етапах виробництва. Це веде до виявлення, виправлення, а то і повного запобігання дефектів.

Система poka-yoke використовує сенсори або інші пристрої, які буквально не дають оператору зробити помилку. Вони регулюють виробничий процес і запобігають появі дефектів одним з двох способів:

1) Система контролю — зупиняє устаткування, коли виникає порушення норми, або блокує заготовку зажимами, щоб вона не рухалася далі по конвеєру, поки не буде оброблена як потрібно.

2) Система попередження — посилає оператору сигнал зупинити машину або усунути проблему.

Метод poka-yoke є гарантією того, що робота виконана в рамках стандарту якості, і всі процеси в компанії або на виробництві відбуваються ез збоїв. Poka-yoke не шукає винних у помилках, мета методу — знайти і усунути слабкі місця у виробничій системі, через які помилка стала можливою. Існує три типи методів захисту від помилок:

1. Контактний метод визначає дефекти, використовуючи форму, розмір, колір або інші фізичні атрибути деталі. Контактний метод також може включати кінцеві вимикачі та датчики наближення.

2. Метод постійного числа (або фіксованого значення) попереджає оператора, якщо певна кількість рухів не була зроблена.

3. Метод послідовності має на меті забезпечити дотримання визначених етапів процесу перед початком наступного. Не допускаючи в першу чергу помилки.

Ще одною перевагою впровадження poka-yoke виступає краща моральна та поліпшена атмосфера серед працівників та керівників. Це досягається шляхом усунення «культури провини». Теорія poka-yoke визнала, що саме цей процес є недоліком, а не люди. Невеликі сенсорні функції та візуальні підказки можуть зробити саме це. Адже вони можуть мати глибо-

кий вплив на рівень безпеки, ефективності та забезпечення того, що товар чи послуга є правильним з першого разу. Саме тут потрібно впроваджувати інтелектуалізацію виробництва, тобто застосування цифрових, "розумних" і гнучких, автоматизованих технологій, прикладом яких і є poka-yoke. Адже ця система запобігання помилок використовує сенсорні та візуальні інструменти для розпізнавання кольорів, форм, ваги, розміру, та інших аспектів, заради виявлення та попередження дефектів. Що в свою чергу відповідає за якість товару та безпечні умови виробничого процесу.

Система poka-yoke спочатку застосовувався лише у виробничих процесах, але сьогодні приклади можна побачити у всіх секторах та у багатьох аспектах нашого життя. Цей метод став однією з найпотужніших методик стандартизації роботи і може бути застосований до будь-якої галузі виробництва або сфери послуг. Незважаючи на високу популярність концепції ощадливого виробництва та виробничих систем у світових компаніях, в практиці українських підприємств ця методологія стала використовуватися порівняно нещодавно. Сьогодні впровадження ощадливого виробництва в компанії стає показником її галузевого лідерства. Цей факт дає можливість говорити про перспективність впровадження системи poka-yoke, як сучасної виробничої концепції, найбільш активними представниками великих і середніх вітчизняних підприємств, що працюють в умовах високої ресурсної та продуктової конкуренції і потребують постійного вдосконалення якості продукції і своїх бізнес-процесів.

Таким чином, як свідчить аналіз світової бізнес-практики, застосування poka-yoke дозволить вітчизняним бізнес-структурам значно зменшити витрати, збільшити ефективність роботи, вдосконалити виробничий процес, досягти високих фінансових показників, збільшити конкурентоспроможність компанії і досягти численних якісних і кількісних змін, що в свою чергу сприятиме економічному розвитку всієї країни. Адже відомо, що конкурентні компанії — конкурентна країна.

Література:

1. Shigeo Sh. «Zero Quality Control: Source Inspection and the Poka-Yoke System» / Shigeo Shingo — 1986 p. — 336стр.

2. Nikkan K. Sh. «Poka-Yoke Improving Product Quality by Preventing Defects» / Nikkan Kogyo Shimbun — 1980 p. — 282стр.

3. Jeffrey K. L. «The Toyota Way: 14 Management Principles from the World's Greatest Manufacturer» / Jeffrey K. Liker. — 2004p. — 330стр.

Ніжинська В. В.
«Міжнародний бізнес», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
Університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри
міжнародного менеджменту Рябець Н. М.

ФЕНОМЕН КОРПОРАЦІЇ ІКЕА В УМОВАХ СТАНОВЛЕННЯ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

Міжнародний бізнес (МБ) являє собою всеохоплюючий феномен сучасного глобалізованого світу, найбільш активними та впливовими суб'єктами якого є міжнародні компанії. Динаміка зростання їх числа є вражаючою: ще у 1996 р. їх кількість становила 44500 по всьому світу, у 2008 р. — 72 тис., а в 2018 — 100 тис. Проблематика даного дослідження полягає у тому, що система міжнародного бізнесу не є досконалою, вона охоплює велику кількістю аспектів, які потребують детального розуміння, з метою створення фундаментальної бази для можливості ведення власної бізнес-діяльності більш ефективно.

Бізнес-структура ІКЕА — шведська транснаціональна корпорація, яка розробляє швидкозбірні меблі, кухонну техніку та аксесуари для дому, станом на 2018 рік була здобула визнання найбільшого у світі продавця та виробника меблів. Саме ІКЕА — це приклад компанії з надзвичайно ефективними бізнес-процесами, основою яких слугувала філософія її засновника і які знайшли своє відображення на усіх ланках менеджменту корпорації, впродовж всього свого існування компанія працювала над вдосконалення якості своїх товарів та послуг, долаючи ринкові бар'єри та конкурентні виклики. Саме тому важливо поєднати дослідження явища між-

народного бізнесу на базі саме цієї могутньої корпорації, аби прослідкувати ефективність використання нею різних інструментів, в умовах мінливості економічного ринку, з метою забезпечення подальшої їх адаптації та імплементації у практичну діяльність вітчизняних корпоративних структур. Саме з погляду на впливовість та неоднорідність глобального бізнес-середовища, важливість розуміння його функціонування, зокрема на прикладах успішної компанії — важливо розглянути феномен ІКЕА в умовах становлення креативної економіки.

Мета запропонованого дослідження полягає у комплексному аналізі сучасного етапу функціонування системи МБ, з метою подальшої оптимізації бізнес-діяльності суб'єктами підприємницької діяльності, зокрема й вітчизняними. Розгляд феномену ІКЕА, корпорації з багаторічною історією успішної діяльності. Ідентифікувати потенційний вплив компанії на український ринок, адже один з векторів експансії ІКЕА — країни пострадянського простору.

У даній роботі використовуються такі методи дослідження, як емпірико-теоретичний: дослідження важливих явищ та процесів у сучасних економічних відносинах. Присутня також форма «спостереження», та історичний метод дослідження, адже у роботі представлений аналіз діяльності корпорації ІКЕА

Основною інформаційною базою дослідження становлення корпорації ІКЕА виступила книга І. Кампрада та Б.А Торекула: «ІКЕА, бренд, що закохав у себе світ», а також монографічне видання А. Дальвіги. Щодо дослідження явища міжнародного бізнесу, то така монографія як «Транснаціоналізація і конкурентний розвиток національних економік» Руденко-Сударєвої Л.В надала можливість сформувати концепт даного явища. Англомовні джерела «What is globalization; Transnational Corporations» присутні у даній роботі, а також видання Ніни Казановської, у бізнес-журналі «Економіка комерція», «Карта організаційної структури і бізнес-модель компанії ІКЕА» стало корисним при аналізі ІКЕА.

Пріоритетні мотиви ведення міжнародної бізнесової діяльності полягають в отриманні синергічних переваг від міждержавних ділових операцій, максимізації прибутку, підтриманні лідируючих позицій на міжнародному ринку, зокрема у доступі до нових ринків, більш сприятливих ресурсів та у зменшенні валютних ризиків. Експорт, на сьогоднішній день, є найпростішою формою ведення бізнесу, становить 80% зовнішньоторговельних операцій є найменш ризикованою, але в той же час найменш прибутковою формою діяльності. Прямі іноземні інвестиції — це реальні грошові вкладення транснаціональної корпорації у підприємства, землю та інші капітальні товари. Аналізуючи світовий ринок ПІІ, варто зазначити, що на кінець 2018 року вони склали 1,87 трлн дол. США, за підсумками 2019 р. цей обсяг знизився до 1,43 трлн дол. США, незважаючи на той факт, що рівень світової економіки зростає. Тенденція інвестиційного зниження вказує на зниження обсягу фінансування багатьох сфер за останній період. Розглядаючи суб'єктів на світовому, регіональному, міждержавному та міжфірмовому рівнях можна виокремити: держави; окремі фірми та транснаціональні корпорації, а також їх дочірні фірми, філії, відділення, представництва; також окремих фізичних осіб, які мають права юридичних осіб; міжнародні організації та асоціації, інтеграційні об'єднання. Транснаціональні корпорації — це національні монополістичні компанії, які мають активи закордоном, а також виробнича і торговельно-збутова діяльність яких виходить за рамки національної держави. Такі корпорації володіють великими фінансовими ресурсам, саме тому контролюють 70% світової торгівлі та відповідальні за 50% загального виробництва.

Варто зазначити, що на сьогодні існує цілий ряд корпорацій, аналіз діяльності яких набуває особливого практичного значення для українських бізнес-структур, в контексті можливості адаптації їх досвіду у своїй стратегії , особливо з оглядку на європейську спрямованість нашої держави та посилення процесів глобалізації. Адаптація досвіду найбільш успішних корпорацій надасть вітчизняним підприємствам можливість підвищити власну конкурентоспроможність, тим самим розширить ймовірність їх паритетної участі у глобальному бізнесі. Однією із таких феноменальних компаній — корпорація ІКЕА.

На початку свого функціонування (1943 р.) — ІКЕА займалася виключно поштовою торгівлею таких товарів як листівки, кулькові ручки, пізніше було визначено, що меблі є одним з найважливіших товарів, який має бути доступний усім. Так і був закладений фундамент філософії ІКЕА: виробництво якісної продукції для дому та торгівля нею за доступними цінами. ІКЕА сьогодні — це компанія, яка має 350 магазинів по всьому світу, у 2018 р. випустила рекордну кількість каталогів: 217 млн, її товари продаються з надзвичайною швидкістю (книжкова шафа «Billy» продається кожні 30 секунд). Актуальні цілі корпорації: повний перехід на кругове виробництво та використання енергії виключно з відновлюваних джерел до 2030 року, отримання виручки 50 млрд євро в 2020 році, а також вироблення нової стратегії для подальшого підтримання лідируючих позицій на глобальному ринку, в умовах урбаніза-

ції та нестабільності світової економіки. Аналізуючи історичну ретроспективу зростання доходу ІКЕА в межах 2001 — 2019 р. — варто зазначити, що він постійно та стрімко зростав, що вказує на успішне ведення компанією стратегії лідерства. У 2005 р. дохід компанії склав 15 млрд євро, у 2015 — 32.7 млрд євро, а в 2019 — 41,3 млрд євро — рекордний показник для фірми. Низькі ціни в компанії ІКЕА є основною прерогативою її бізнес-ідеї. Спочатку встановлюють кінцеву ціну товару, а вже потім розробляють сам продукт відповідно до ціни. Ціни на товари корпорації можуть варіюватися відповідно до ринку, так, наприклад, найпопулярніший товар ІКЕА — диван «Klippan» коштує у Польщі 160 дол., у Болгарії — 170 дол., а у Румунії цей же двомісний диван продається за 232 дол. Окрім виробництва сучасних дизайнерських меблів, за доступними цінами та новаторськими технологіями (наприклад принцип самостійного збору меблів), ІКЕА робить великий акцент на екологічному виробництві: 50 % електроенергії, використовуваної компанією, отримується шляхом використання відновлюваних джерел енергії. Основними цінностями компанії є ощадливість; інноваційність; якість; простота у спілкуванні; комфортні умови праці та кризи, які вважаються невід'ємною частиною прогресу. Одним з таких викликів був вихід на російський ринок, коли ІКЕА зіштовхнулась з крадіжками на власному виробництві, що унеможливило запуск заводу, корупцією, а також надзвичайним рівнем бюрократії та високими тарифами. Проте, варто зазначити, що креативний підхід до управління корпорацією, дозволяв їй з успіхом долати усі проблемні аспекти діяльності на різних географічних ринках, а для Росії компанія стала руйнівником стереотипів, з погляду на практику низького рівня ієрархії у менеджменті, максимальну клієнтоорієнтованість та відсутність дрес-коду — нові для Росії принципи у 1990-х роках, до появи на ринку меблевого гіганта.

Перші 2 спроби виходу на український ринок (2006 р. та 2009 р.) не мали успіху. Актуально, філіал ІКЕА в Україні продовжує дослідження ринку і планує відкрити 4 торгові точки з площею 500 кв.м як тільки це стане можливим з погляду на поширення COVID-19. Подальша експансія ІКЕА є перспективною щодо виведення компанії на новий рівень. У травні 2019 р. було проведене соціологічне дослідження компанією GfK Ukraine щодо виявлення бажань українських споживачів. В ході даного дослідження, були опитані потенційні покупці віком від 18 до 45 років, які мешкають в містах з населенням понад 500 тисяч людей. Найчастіше українці серед бажаних брендів називали саме ІКЕА, представлення продукції якої на українському ринку відповідало б бажанням більшості споживачів, зважаючи на їх життєві можливості: облаштувати свої будинки якісною та недорогою продукцією. Окрім того, приклади країн Східної Європи дають зрозуміти, що корпорація зможе стати успішною та прибутковою в Україні. Адже ІКЕА застосовує стратегію адаптацію ціноутворення під локальні умови, а також може стати гарним прикладом для наслідування у практиці вітчизняних підприємницьких структур.

Література:

1. І. Кампрад, Б.А. Торекул: «ІКЕА, бренд, що закохав у себе світ» Київ. 2018. 308 с.
2. А. Дальвіг / Сильная корпоративная культура ИКЕА — собери свою мечту монографічне видання. Москва. 2012. 300 с.
3. Руденко-Сударєва Л.В.«Транснаціоналізація і конкурентний розвиток національних економік», монографія. КНЕУ. 2015. 268 с.
4. «What is globalization», Peterson Institute for International Economics.

Олійник С. С.
«Міжнародний бізнес», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри міжнародного менеджменту Рябець. Н. М.

РОЛЬ НЕУРЯДОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ, КЛАСТЕРІВ ТА ІННОВАЦІЙНИХ ПАРКІВ В СТАНОВЛЕННІ КРЕАТИВНОГО КЛАСУ В УКРАЇНІ

У сучасному світі першість належить інноваційним компаніям та інноваційним економікам. Креативний клас в Україні набирає обертів з кожним роком виводячи державу на якісно новий рівень надання послуг в Європі та світі. До креативного класу входять різноманітні

групи професій, від маркетологів до програмістів, від івент-менеджерів до архітекторів. Все частіше розмиваються рамки креативного класу, як професій, що пов'язані із мистецтвом або творчістю. Саме із креативізацією пов'язують розуміння культури стартапів, як постійного виникнення нових ідей, що швидко тестуються на ринку та масштабуються, у разі якщо ринок сприймає ідею, а продукт знаходить своїх послідовників. Для безперервного процесу поширення нових ідей, креативному класу потрібен нетворкінг, тобто певні мережі спілкування для обміну знаннями та створення нових спільних проектів. Метою цього проекту є дослідження впливу неурядових організацій, інноваційних парків та кластерів на креативний клас, а саме на формування подібних мереж, надання доступу до джерел фінансування, сприяння обміну ідеями та побудові інтегрованих екосистем, що поєднують носіїв ідей з потенційними інвесторами.

Під час написання дослідження були використані наступні методи: спостереження, опис, аналіз, синтез, класифікація, абстрагування, формалізація, порівняння, узагальнення, індукція, дедукція, системний та гіпотетико-дедуктивний метод.

Тема інновацій змінюється швидко, а тому потребує використання лише актуальної та релевантної літератури. Для дослідження і ознайомлення з кращими світовими практиками було використано праці західних авторів, а саме «Від нуля до одиниці. Нотатки до стартапів» Пітера Тіля, «Країна стартапів. Історія ізраїльського економічного дива» Дена Сенора та Пола Сінгера, а також «Homo creativus. Як новий клас завойовує світ» Річарда Флориди. Для ознайомлення з українським досвідом були використані профільні документи української бази неурядових організацій, зокрема «Громадський простір», звітів Unit.city Kyiv, Unit.City Kharkiv та Promprylad. Ivano-Frankivsk.

Перш ніж перейти до аналізу проявів діяльності креативного класу, доцільно розглянути сутність даної категорії. Термін креативний клас у обіг ввів американо-канадський економіст і соціолог Річард Флорида. У 2002 році він опублікував книжку «Rise of the creative class» (в перекладі українською книжка має назву «Homo creativus. Як новий клас завойовує світ»), в якій виклав теорію успіху розвитку міст. Поняття «креативність» Р. Флорида розуміє, як створення важливих форм, які є найціннішим продуктом в економіці кінця XX століття, хоч і не є товаром як таким. Виходячи з цього, автор вибудовує свою теорію навколо людини, яка продукує креативність. Саме працівник креативного сектора, на його думку, є уособленням духу часу та формує економіку сучасної держави. Розвиток економіки вимагає наявності технологій, талантів і толерантності. Ці три складові допомагають отримати економічну перевагу, завдяки концентрації талановитих особистостей, які виробляють унікальні продукти. Але насправді креативна складова властива кожній людині, питання тільки в тому, настільки ефективно вона може реалізувати свій потенціал в суспільстві у якому живе. В європейських країнах з розвиненими економіками, наприклад, у Великобританії, вже давно існує перелік професій, що відносяться до креативної індустрії, і в сукупності в цих областях зайнято близько 40-42% населення. Це не елітна або відособлена група, а досить великий прошарок суспільства. США на першому місці за загальною кількістю представників креативного класу, але їх частка від загальної кількості працівників дещо менше, ніж в Європі — 35-38%.

Щодо розвитку креативного класу в нашій державі, то в Україні численна кількість ідей беруть свій починаються з профільних заходів влаштованих неурядовими організаціями. Таким чином потенційні творці на першому етапі тестування ідеї можуть випробувати її на подібних заходах. Зазвичай подібні заходи влаштовуються неурядовими організаціями при підтримці корпоративного сектору, міжурядових організацій чи науково-дослідницьких центрів. Оскільки неурядові організації в філософії свого визначення є об'єднаннями — то тут носії ідей можуть отримати обмін знаннями, інформаційні ресурси, допомогу у пошуку джерел фінансування або безпосередньо грантові кошти. Основними міжурядовими організаціями, що підтримують подібні заходи виступають Рада Європи, Агентство США з міжнародного розвитку та відділи ООН. В основному проекти спрямовані на пошук ідей від молодих талантів, але, якщо ініціатива спеціально не розроблена для певної вікової групи, то вік учасників не обмежений.

Інноваційні парки та кластери формують цілу екосистему, що поєднує креативний клас, бізнес та інвесторів. Подібна взаємодія забезпечує тісний взаємозв'язок між суб'єктами, що швидко продукують, презентують та тестують ідеї, частина з яких стає повноцінними продуктами, сервісами або доповненнями вже існуючої системи певних компаній. Так, в найбільшому інноваційному парку України — Unit.City_Kyiv, 108 компаній-резидентів, і починаючи із 2016-го року, більш ніж 60 % з них запустили спільні проекти один з одним. Ідеї обговорюються на хакатонах, в коридорах, за обідом, або просто поміж простої розмови на вулиці.

Тут же знаходиться 5 акселераторів, що беруть проекти на стадії ідеї та допомагають масштабуватись, а також безкоштовний університет інформаційних технологій Unit.Factory, що вирощує молоді таланти, які мають працювати в Україні. Unit.City це амбіційний проект за яким стоять великі інвестори, а ось на іншому краю України в Івано-Франківську, креативний клас сам будує собі простір для роботи, життя та нетворкінгу на базі заводу «Промприлад». Кожен бажаючий може стати інвестором проекту із вкладом від 1 тис. дол. США — на сьогодні у проекті задіяні 409 інвесторів та понад 5 млн. дол. США капіталу, а вже за рік буде здана в експлуатацію друга будівля оновленого комплексу, що отримав відповідну назву «Promprylad.Renovation». Згідно концепції, комплекс планується як інноваційний центр на базі старого заводу, який працює на перетині чотирьох напрямків розвитку регіону: нової економіки та урбаністики, сучасного мистецтва та освіти. Це проект зі сфери імпакт-інвестування, де інвестори одночасно інвестують у соціальний розвиток регіону та отримують повернення інвестицій у вигляді дивідендів.

Тож вищеописані інституції формують комплексний майданчик для розвитку ідей: від їх формування та тестування до повноцінного перетворення на продукт із подальшою комерціалізацією. Їх вплив на розвиток креативного класу є значущим, а тому потребує розвитку по всій країні без концентрації на вже розвинутих регіонах.

Так, наразі основні осередки ідейних майданчиків знаходяться в Києві, Львові, Харкові та Дніпрі. Однією з ознак роботи креативного класу є відірваність їх продукту (особливого цифрового) від певного місця у фізичному світі. Тому в регіонах на перших етапах рекомендується перш за все починати з неурядових організацій, що є добровільними об'єднанням ідейних носіїв для обміну знаннями, а вже на базі цього приступати до побудови екосистеми із залученням бізнесу, інвесторів, наукових центрів та держави.

Таким чином, зважаючи на те, що в Україні креативний клас вже зародився і функціонує. Варто зазначити, що для повноцінного його розвитку потрібні зміни на багатьох рівнях, які забезпечують трансформацію свідомості від реформ в системі освіти до вдосконалення чинного законодавства. Україна володіє потенціалом для подальшого становлення креативного класу, що підтверджується тим, що наша країна входить до першої двадцятку країн світу за кількістю людей з вищою освітою та за рівнем людського капіталу. Революція креативного класу в Україні тільки починається, і в його становленні держава, неурядові організації та бізнес повинні діяти разом.

Література:

1. П. Тіль. Від нуля до одиниці! Нотатки про стартапи, або як створити майбутнє — 2018 р.
2. Д.Сенора, П. Сінгер., Країна стартапів. Історія ізраїльського економічного дива. / Yakaboo Publishing. — 2016. — 368 стор.
3. Р. Флорида. Homo creativus. Як новий клас завойовує світ . — Манн, Іванов і Фербер. — М. — 2015 р. — 384 стор.

Клименко В. О.
«Міжнародні економічні відносини», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри міжнародного менеджменту Олійник В. В.

ГЛОБАЛЬНА ДЕОФШОРИЗАЦІЯ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА МІЖНАРОДНУ ЕКОНОМІЧНУ ДІЯЛЬНІСТЬ

Офшорний бізнес став невід'ємною частиною сучасної економіки. Зазвичай він розвивається в тих країнах, які забезпечують корпораціям пільгові умови оподаткування, комфортне правове середовище, анонімність ведення фінансових операцій. І як наслідок, багато країн втрачає мільярди доларів недоотриманих податків завдяки існуванню так званих «податкових гаваней».

Саме це і стало причиною появи явища деофшоризації, завдяки якому уряди країн та міжнародні організації об'єдналися разом задля розробки так званого плану BEPS - "Розмивання податкової бази і виведення доходів з-під оподаткування". Цей план був розроблений в рамках ОЕСР за активної підтримки країн G20. Суть проекту зводиться до міжна-

родної співпраці у боротьбі проти функціонування офшорних схем та уникнення від сплати податків, та до підготовки низки рекомендацій для національних органів влади та подальшої їх реалізації на законодавчому рівні. Тож ідея тут полягає не в тому, щоб покарати платників податків, а докорінно змінити "правила гри".

Метою даної роботи є дослідження теоретичних засад функціонування офшорних зон та масштабів їх діяльності, аналіз положень правил BEPS, їх вплив на систему оподаткування офшорних зон та міжнародний рук капіталу, визначення передумов виникнення явища деофшоризації задля розробки рекомендацій щодо імплементації запобіжних заходів, аналіз методів оцінки фінансової таємниці та економічної привабливості податкових гаваней.

Методи дослідження. Наукову роботу виконано на основі загальнонаукових та спеціальних методів наукового пізнання, які об'єднані системним підходом, що дозволило з'ясувати сутність досліджуваних явищ і процесів з урахуванням зв'язків, які між ними виникають. Застосовувалися діалектичний, функціональний, системно-структурний, порівняльно-правовий, моделювальний методи. Також використовувалися методи аналізу і синтезу, дедукції та індукції, які використовувалися під час визначення особливостей фінансово-правового регулювання офшорних механізмів за законодавствами різних країн задля ілюстрації пливу явища деофшоризації.

Інформаційна база дослідження відображає статистичні і проектні дані в галузі міжнародних економічних відносинах, експертні дані та нормативно-методичні документи Кабінету Міністрів України та урядів інших країн, звіти міжнародних організацій: Світового Банку, Міжнародного валютного фонду, Організації економічного співробітництва і розвитку, Міжнародної групи з протидії відмиванню брудних грошей тощо, періодичні видання, наукова література.

Не дивлячись на позитивну складову діяльності офшорів світова спільнота вважає проблему відтоку капіталу однією з проблем міжнародного руху капіталу, особливо для країн, що розвиваються.

Для аналізу і оцінки масштабів та ефективності діяльності офшорного бізнесу існують індекси фінансової таємниці та корпоративної податкової гавані. Індекс фінансової таємниці класифікує юрисдикції відповідно до їх секретності та масштабів їх офшорної фінансової діяльності, а індекс корпоративної податкової гавані визначає юрисдикції, які допомагають корпораціям ухилятися від сплати податків. За результатами даних індексів Великобританія зі своєю мережею податкових гаваней найбільше ухиляється від сплати податків. Вона одноосібно зробила все, щоб зруйнувати світову корпоративну систему оподаткування, що становить понад третину світових ризиків ухилення від оподаткування. Це в чотири рази більше, ніж у Нідерландів, на які припадає менше 7 відсотків. Майже 14 відсотків прямих іноземних інвестицій — понад 6 трлн дол. США, — знаходяться у межах Великобританії, де найнижчі доступні ставки корпоративного податку становлять 1,73 відсотка. [1]

Аналізуючи нещодавно оприлюднені статистичні дані з BIS щодо транскордонних банківських депозитів, у досліджуваному документі виявилися разючі відмінності між країнами щодо обсягів багатства, що зберігається на особистих офшорних рахунках. В усьому світі ФОП зберігають близько 7 трлн дол. (приблизно 10 % світового ВВП) у податкових гаванях. Однак запаси офшорних багатств коливаються від приблизно 4 відсотків ВВП у Скандинавії до приблизно 50 відсотків у деяких країнах, що видобувають нафту, таких як Росія та Саудівська Аравія, а також у країнах, які зазнали випадків великої фінансової нестабільності, таких як Аргентина та Греція. [2]

Ці закономірності дозволяють припустити, що високі податки не обов'язково пов'язані з високим рівнем ухилення від сплати податків: у скандинавських країнах є одні з найвищих ставок податку на прибуток у світі, але в той же час відносно мало прибутків зберігаються в офшорних зонах. Отримані висновки також свідчать про те, що підприємці іноді зберігають гроші на офшорних рахунках з причин, зовсім не пов'язаних з ухиленням від сплати податків, особливо в умовах ринкової економіки, що розвивається.

Приймаючи глобальну офшорну мережу за павутину, безпосередньо з Україною пов'язано лише 0.23 % вузлів (осередків офшорної діяльності) або 1689 з 719 000 (для порівняння частка ВВП України в світовому ВВП близько 0,12 %), які пов'язані 0.25 % зв'язків (3095 з 1.3 млн). [3] Не зважаючи на це потреба впровадження плану BEPS була цілком зрозумілою і життєво необхідною, через великі втрати бюджету, котрі сягали понад 200 млрд грн починаючи з 2016 року Україна імплементувала базовий пакет BEPS: законопроект про контрольовані іноземні компанії(КІК), конвенція MLI, автоматичний обмін інформацією CRS, а також приєдналася до Меморандуму про співпрацю з розвитку механізму перевірки

інформації про кінцевих бенефіціарів. Такі зміни у вітчизняному законодавств мають значний вплив на транснаціональні організації та їх транскордонну торговельну діяльність і вже приносять свої плоди.

За результатами перевірок фіскальної служби та податкової донараховано податку на прибуток підприємств в сумі 632 млн грн, зменшено від'ємне значення об'єкту оподаткування податком на прибуток на 5,3 млрд грн, донараховано ПДВ — 13,7 млн грн, нараховано пені — 69 млн грн. Так, 874 підприємства добровільно збільшили свій оподатковуваний дохід або зменшили збитки щодо операцій 2013–2017 років більш як на 8,2 млрд грн. [4]

Отже, проведений вище аналіз чинних нормативно-правових актів та законопроектів дає змогу надати бізнесу план дій для запобігання і ліквідації наслідків, пов'язаних з деофшоризацією в Україні:

• Провести юридичну перевірку компанії, для виявлення ризиків, котрі може принести деофшоризація: трансфертні ціни, постійні представництва, КІК, економічна сутність транзакцій, значний вміст в компаніях-нерезидентах, декларування прибутку фізичними особами-бенефіціарами;

• домогтися оптимальної реструктуризації бізнесу;

• Враховувати правила КІК при придбанні акцій в компаніях-нерезидентах, якщо у цільової компанії є інші українські власники із загальною часткою 50 або більше відсотків;

• мати необхідну наповненість своїх закордонних компаній(офісів): співробітники, договір оренди офісу, місцевий телефон, місцеві контрагенти (реальний аутсорсинг — без підставних компаній), без директорів і акціонерів, які обслуговують ще безліч компаній;

• перевіряти своїх контрагентів та визначати, чи їхня країна не включена до «чорного списку».

Література:

1. Ernesto Crivelli, IMF working paper: Base Erosion, Profit Shifting and Developing Countries / by Ernesto Crivelli, Ruud De Mooij and Michael Keen, 2015.
2. Alstadsæter, Annette, Niels Johannesen, and Gabriel Zucman. Forthcoming. "Who Owns the Wealth in Tax Havens? Macro Evidence and Implications for Global Inequality." *Journal of Public Economics*), 2017. 2–3 p.
3. OFFSHORE LEAKS DATABASE by The International Consortium of Investigative Journalists, URL: *https://offshoreleaks.icij.org/* (Accessed: 15.04.2020).
4. Пресслужба Державної фіскальної служби України, URL: http://sfs.gov.ua/media-tsentr/novini/367675.html (Accessed: 15.04.2020).

Петрусь І. С.
"Підприємництво, торгівля та біржова діяльність", 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент Олійник В. В.

M&A В БАНКІВСЬКОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ

Угоди злиття та поглинання (M&A) є одним з пріоритетних напрямків реструктуризації банківського сектору України. В умовах економічної та політичної невизначеності банки намагаються укріплювати позиції на ринку та залишатися конкурентоспроможними наряду з постійними змінами зовнішнього середовища.

Однією з проблем, яка існує на ринку України — непрозорість та засекреченість інформації стосовно угод. В 2018 році вартість лише однієї з шести угод злиття та поглинання була відомою — Fairfax Financial Holdings Limited придбала 100 % акцій AXA Ukraine за $20 млн.

До актуальних причини посилення тенденції злиття та поглинання відносяться:

- світові фінансові кризи останніх десятиліть;
- введення більш жорстких норм зі сторони НБУ стосовно власного капіталу (до 2024 року мінімальний розмір капіталу має становити 500 млн грн.);
- після пандемії COVID-19 більшість банків потребуватимуть додаткового капіталу для забезпечення власного існування та належного виконання власних бізнес-процесів;

- витіснення малих та середніх банків великими гравцями на ринку, не даючи їм можливості органічного зростання в умовах конкуренції;
- падінням цін на фінансові активи — за останні 10 місяців індекс ПФТС знизився більш ніж на 8%.

На сьогоднішній день постало питання стосовно фінансування процесів реструктуризації в банківській сфері через дефіцит традиційних форм залучення коштів. Банки зіткнулися з проблемою неплатоспроможності та неможливістю виконувати власні зобов'язання. Станом на 2019 року в Україні 87 банків знаходяться на стадії ліквідації. Очікуватиметься й надалі тенденція до скорочення кількості банків та поглинання нестійких та малих банків більш великими фінансово-кредитними організаціями, а також об'єднання банківських, фінансових та страхових установ.

В останні роки спостерігається зростання іноземного капіталу в процесах M&A в Україні. Це обумовлено недовірою до банківської системи країни. Дана тенденція призвела до збільшення вкладів як фізичних так і юридичних осіб саме в банки з іноземним капіталом. Поглинання українських банків іноземними, може призвести до перетворення вітчизняних банків на функціональні підрозділи, котрі працюватимуть на збільшення добробуту інших держав.

Процесам злиття та поглинання в банківській сфері надається перевага з урахуванням наступних причин:

- угоди злиття та поглинання є набагато дешевшими в порівнянні зі створенням нового банку чи відкриття філій;
- об'єднання банків призводить до покращення фінансового сектору в цілому;
- об'єднання капіталу сприяє можливості фінансування капіталоємних проєктів
- великі банки є більш стійкими під час фінансових криз.

Після проведено дослідження було проаналізовано ефективність угоди M&A між «ТАСкомбанком» та банком «ВіЕс». На момент угоди дані банки повністю відповідали нормативам НБУ та протягом останніх років показували позитивну динаміку щодо зростання. Угода відбувалася за спрощеною процедурою та тривала лише 5 місяців. Оцінка поглинання була здійснена за моделлю оцінки фінансової результативності та складалася з трьох етапів:

1. Аналіз діяльності «ТАСкомбанку» до угоди;
2. Оцінка ефективності діяльності об'єднаного банку;
3. Аналіз синергетичного ефекту.

Синергетичного ефекту не було досягнуто, однак угода все ж таки є ефективною, оскільки значно покращилися фінансові показники.

Рентабельність власного капіталу (ROE) в результаті поглинання «VS» банку зросла на 5,2 %, а рентабельність активів (ROA) збільшилася більш ніж вдвічі.

$$ROE = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Власний капітал}} * 100$$

$$\Delta ROE = ROE_{\text{після } M\&A} - ROE_{\text{до } M\&A} = \left(\frac{429257}{2148545} - \frac{160567}{1085872}\right) * 100 \approx 5{,}2\%$$

$$ROA_{\text{до } M\&A} = \frac{\text{Чистий прибуток}_{\text{до } M\&A}}{\text{Активи}_{\text{до } M\&A}} * 100 = \frac{160567}{15210037} * 100 = 1{,}05\%$$

$$ROA_{\text{після } M\&A} = \frac{\text{Чистий прибуток}_{\text{після } M\&A}}{\text{Активи}_{\text{після } M\&A}} = \frac{429257}{18795294} * 100 = 2{,}3\%$$

Результати розрахунків свідчать про зростання ефективності використання власного капіталу та активів в результаті об'єднання двох банків. Також кредитний портфель в результаті об'єднання зріс до 13,8 млрд грн, а основний капітал збільшився на 68 %. За рахунок об'єднання, «ТАСкомбанк» покращив свої позиції як одного з найбільш універсальних банків та збільшив присутність на ринку України.

Виходячи з дослідження, можна зробити висновок, що на даному етапі ринок M&A потребує посиленого регулювання з боку держави та Національного Банку України. Перш за все це пов'язано з тим, що угоди M&A здійснюються в основному шляхом придбання малих та середніх банків іноземним банком. Дані угоди не призводять до вирішення проблем, котрі наявні в банківській системі. Пріоритетними завданнями з боку регуляторів банківського сектору є: встановлення чітких правил та норм для забезпечення здорової конкуренції на ринку M&A; встановлення критеріїв та нагляд стосовно підвищення ефективності в резуль-

тації угоди; створення механізмів регулювання M&A з метою підвищення конкурентоспроможності новоствореного банку; нагляд за дотриманням визначених нормативів НБУ на всіх етапах під час здійснення угоди; створення ефективної та конкурентоспроможної банківської системи.

Література:

1. Старобранська В. В. Тенденції та ризики злиттів і поглинань в українському банківському секторі. URL: http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/ 316497/28340/1/%D0%A1%D0%A2% D0%90%D0%A0%D0%9E%D0%91%D0%A0%D0%90%D0%9D%D0%A1%D0%AC%D0%9A%D0%90%20%D0%92.%D0%92..pdf
2. Огляд M&A угод в Україні у 2018 році, KPMG. URL: https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/ua/pdf/2019/02/Ukrainian-MA-Review-2018-ua.pdf
3. CEE banking consolidation perking up, Deloitte. URL: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ce/Documents/finance/ce-banking-study-2019.pdf?nc=1
4. M&A Radar: Україна, KPMG. URL: https://app.powerbi.com /view?r= eyJrIjoiNDU5MDUyNTktYTEyMC00MjEyLTliZTktNjM0MjdiMDE0YjgyIiwidCI6ImRlZmYyNGJiLTIwODktNDQwMC04YzhlLWY3MWU2ODAzNzhiMiIsImMiOjh9
5. Ukraine's bank sector. URL: https://www.intellinews.com/ukraine-s-bank-sector-profit-triples-in-2019-as-the-sector-gets-on-the-path-to-sustained-recovery-176715/

Грачова Н. І.
«Міжнародні економічні відносини» 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — д.е.н., професор кафедри міжнародного менеджменту Цвєтков О. Г.

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

Вступ. На сучасному етапі розвитку міжнародних економічних відносин держави часто прагнуть проводити гнучку зовнішньоекономічну політику. Останнє має на увазі поєднання обох стратегій: і протекціонізму, і лібералізації економічних відносин на зовнішній арені.

Прагнення України до інтеграції з Європейським Союзом, а також її активна позиція на міжнародному ринку формує актуальність вивчення питання щодо зовнішньоекономічної політики, яка проводиться країною в сучасних умовах глобалізації та інтернаціоналізації. Важливе значення у вирішенні даної проблеми відводиться державі, роль якої постійно модифікується. Об'єктивно формується нова модель організаційно-економічного механізму регулювання, орієнтована головним чином на зовнішньоекономічну політику і заснована на формах і методах державного, міжурядового та наднаціонального регулювання. Проблематика дослідження полягає у наявності багатьох протилежних поглядів щодо економічного вектору розвитку України на міжнародній арені.

Метою дослідження є вивчення сутності зовнішньоекономічної політики України в сучасних умовах глобалізації та визначення основних напрямків її розвитку.

Актуальність дослідження полягає у розгляді наслідків впливу глобалізації та інтернаціоналізації на зовнішньоекономічну політику України та виявлення основних тенденцій і векторів її розвитку в сучасних умовах.

Для досягнення вищезазначених завдань були обрані наступні методи дослідження:

– теоретичний аналіз та синтез, за допомогою яких було розкрите поняття зовнішньої політики, зовнішньоекономічної політики країни, інструментів та концептуальних підходів, які допомагають визначити вектори її розвитку;

– методи індукції та дедукції, за допомогою яких будемо встановлювати причинно-наслідкові зв'язки між сучасними умовами глобалізації й інтернаціоналізації та досліджено їх вплив на зовнішньоекономічну політику України;

– метод прогнозування, за допомогою якого було визначено основні тенденції та вектори розвитку зовнішньоекономічної політики України.

Брегеда А. визначає поняття зовнішньоекономічної політики як свідому цілеспрямовану діяльність державних органів, політичних партій та суспільних організацій в економічній сфері, що здійснюється в інтересах суспільства [1, с. 35].

За визначенням Дідківського М. І., під зовнішньоекономічної політикою варто розуміти політичний зміст міжнародних економічних зв`язків країни, які охоплюють всі міжнародні операції між суб'єктами господарювання та їх іноземними партнерами [2, с. 59].

Цікавим є той факт, що в українському законодавстві немає чіткого визначення поняття ЗЕП. Так, за ст. 18 Конституції України зовнішня політика України спрямована на те, щоб забезпечити її національні інтереси та безпеку завдяки здійсненню мирної та взаємовигідної співпраці з членами міжнародного співтовариства, дотримуючись загальновизнаних принципів та норм міжнародного права [3]. За Законом України «Про зовнішньоекономічну діяльність» надається визначення поняття зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД): це діяльність між резидентами (суб'єктами господарської діяльності України) та нерезидентами (іноземними суб'єктами господарської діяльності) на взаємовигідних умовах, яка може здійснюватися як на її території, так за кордоном [4].

Основна частина. Еволюція концептуальних підходів щодо здійснення ЗЕП України характеризується біполярністю та прагненням уряду встановити найбільш сприятливі умови для подальшої інтернаціоналізації та інтеграції національної економіки: до 2013 р. — орієнтація на ринок РФ та країн СНД; з 2014 р. — проєвропейський вектор розвитку. Стан становлення та поглиблення взаємовідносин між Україною та ЄС характеризується постійним динамізмом.

Основним нормативним актом, який регулює зовнішньоекономічну діяльність України є Закон «Про зовнішньоекономічну діяльність», в якому наведені основні види, суб'єкти та принципи ЗЕД. Останні хоча й закріплені на законодавчому рівні, проте мають ряд недоліків й не дотримуються основними суб'єктами господарювання.

Основними товарами для українського експорту станом на 2019 р. були продукти рослинного походження, які складають 21,6% від українського експорту або 4,5 млрд євро; недорогоцінні метали 18,3 % або 3,8 млрд.євро; машини, обладнання та механізми, що займають 13,6 % експорту та 2,8 млрд євро (рис. 1).



Рис. 1. Основні статті українського експорту станом на 2019 р., %

Розроблено автором за даними [5]

Отже, переважна більшість експорту до ЄС є сировинна продукція, яка не містить доданої вартості, відповідно, зменшує прибутки суб'єктів господарювання.

Ще одним показником ефективності ЗЕП є обсяги іноземних інвестицій, які надходять до країни.

Значне збільшення обсягів державного боргу України створює несприятливий інвестиційний клімат та відштовхує багатьох інвесторів. Показник відношення боргу до ВВП зменшується, проте валютні виплати за державним боргом залишаються концентрованими. У 2020 р. вони скоротяться порівняно з попереднім роком, однак будуть значними.

Двосторонні відносини між Європейським Союзом та Україною розпочалися після отримання останньою незалежності та охоплюють майже усі аспекти міжнародної співпраці: еко-

номічні, фінансові, політичні, освітні, культурні, тощо. Із поглибленням рівня глобалізації та інтернаціоналізації економік країн світу Україна та ЄС на різних етапах розвитку співробітництва охоплювали різні масштаби та галузі, які потребують окремого розгляду. завдяки Угоді про Асоціацію з ЄС нині відбувається суттєва трансформація зовнішньої торгівлі України. Це стимулює вітчизняні підприємства шукати нові ринки та налагоджувати виробництво конкурентоспроможної продукції.

Структурні зміни відбуваються повільно, у результаті найближчими роками зберігатиметься сировинний характер українського експорту, що спричиняє високу залежність зовнішньої торгівлі України від шоків на світових ринках.

Крім того, залежність економіки України від поставок енергоносіїв та високотехнологічної продукції зумовлюватиме високі обсяги імпорту. Такі обсяги дефіциту не повинні бути загрозливими для економіки за умови, що основним фактором його формування буде інвестиційний попит. Останній матиме позитивний ефект на майбутній розвиток економіки, її потенціал для нарощування обсягів експорту й імпортозаміщення і, відповідно, до поліпшення зовнішньоекономічної позиції в майбутньому.

Аналіз пріоритетних напрямків розвитку зовнішньоекономічної політики Україна показав, що сьогодні є ряд країн, з якими остання прагне встановити зону вільної торгівлі: Канада, Ізраїль, Туреччина. Проте, якщо зовнішньоторговельне сальдо з Ізраїлем є додатнім та експорт переважає над імпортом з цією країною, то у випадку з Канадою сальдо балансу є від'ємним, а отже, можна зробити висновок, що вона отримує більше переваг від цього виду співпраці.

Ризик поширення коронавірусу у світі може призвести до рецесії світової економіки і значного уповільнення економічної активності в Україні

Суттєве зниження світового попиту, а також переоцінка інвесторами ризиків країн, що розвиваються, можуть негативно позначитися на показниках зовнішньої торгівлі України й ускладнити залучення фінансування. Проте, на сьогодні, поширення коронавірусу має обмежений і нейтральний вплив на українську економіку. Український експорт продовжує зростати, а деяке зниження цін на окремі товари вітчизняного експорту більш ніж компенсовано подальшим нарощуванням фізичних обсягів поставок за кордон. Разом з тим ціни на товари, які Україна імпортує, насамперед на енергоносії, знижуються навіть швидше, ніж на експорт.

Висновки. Підводячи підсумки, варто відзначити, що наразі відкриваються перспективи позитивних змін для зовнішньоекономічної діяльності України. Про це свідчить покращення позицій країни у міжнародних рейтингах, зокрема, в Doing Business, де Україна посіла 71 місце у 2019 р. проти 147 місця у 2010 р. Це говорить про значні зміни спрощенні умов з відкриття компанії, проведення електропостачання, вирішення будівельних питань, встановлення торговельних відносин. Але, очевидно, що для їх реалізації треба нові програмні кроки для подалання корупційних схем і проведення жорсткого реформування в економіці України з тим, щоб у ЗЕП стати повноцінним суб'єктом загальноєвропейських і світогосподарських зв'язків.

Також , питання корупції досить залишається дуже гострим, про що свідчить Corruption Perceptions Index 2019, за яким Україна є країною з високим рівнем корупції. Крім того, досить гострим є питання забезпечення та вирішення проблем неплатоспроможності позичальників. Вирішення цих питань допоможе створити більш сприятливий інвестиційних клімат, сформує конкурентне внутрішнє середовище для ведення бізнесу та дасть можливість вітчизняним підприємствам з мінімальними перешкодами виходити на зовнішні ринки.

Наразі значний вплив на ЗЕП України здійснює поширення коронавірусу, проте зараз дуже складно оцінити даний вплив. Пандемія коронавірусу суттєво вплине на експорт та імпорт товарів з та до України.

Література:

1. Брегеда А. Ю. Основи політології: навчальний посібник. 2-ге вид., перероб. і доп. К. : КНЕУ, 2000. 312 с.

2. Дідківський М. І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навчальний посібник. К. : Знання, 2006. 462 с.

3. Конституція України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80 (Дата звернення 25.03.2020).

4. Закон України Про зовнішньоекономічну діяльність. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12 (Дата звернення 25.03.2020).

5. Державна служба статистики: Товарна структура зовнішньої торгівлі з країнами у 2019 році. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/ (Дата звернення: 29.03.2020).

Ігнат'єва В. Д.
Міжнародні економічні відносини, 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
к.е.н., доцент кафедри міжнародного менеджменту Власенко Ю. В.

ВПЛИВ ТНК НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ (НА ПРИКЛАДІ NESTLE)

У сучасному світі роль та діяльність ТНК є вкрай важливою. Транснаціональні корпорації розширюють свої мережі шляхом ведення експансіоністської політики, що призводить до неоднозначної думки щодо впливу їх діяльності на розвиток як світової економіки, так і економіки окремих країн. Розвиток міжнародного виробництва та розподіл прямих іноземних інвестицій є основою для інтенсивного розвитку ТНК у світовій економіці. Вплив транснаціональних корпорацій на глобальну економіку, незалежно від рівня їх розвитку, зростає.З урахуванням на останні тенденції, щодо стабілізації економіки та підвищення інвестиційної привабливості є вкрай важливим дослідити вплив, котрий іноземні компанії здійснюють на ринку України. Для детального аналізу була обрана компаніяNestle Україна, котра відома своєю диверсифікованою продукцією та тривалою присутністю в Україні.

Метою даного дослідження є проаналізувати внесок іноземних компаній на вплив економіки України, а саме компанії Nestle та визначити наслідки її діяльності.

Завдання дослідження:

- Дослідити впливи ТНК на економіку приймаючих країн.
- Охарактеризувати наслідки діяльності Nestle в Україні в різних галузях економіки.
- Здійснити аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища Nestle Україна для проведення детального аналізу стратегій компанії на ринку України.

Для проведення якісного та детального аналізу були використані такі методи дослідження: емпіричний, системного підходу, структурно- функціональний та порівняння. Під час виконання детального аналізу проблемного питання були використані праці вітчизняних та зарубіжних науковців і практиків, статистичні дані офіційних сайтів, звіти рейтингових агентств, фінансові звіти та офіційні звіти ТНК, таких як Nestle, Unilever, Danone та інших.

За останні роки велика кількість статей та наукових робіт були присвячені саме впливу ТНК, оскільки за своїми прибутками компанії є багатшими за країни і це призводить до неоднозначних висновків. Перш за все була розглянута наукова робота Борнш'є, В. та Херкенрата М., де висвітлюються теоретичні основи діяльності ТНК. З наукової точки зору ТНК можуть мати 3 різні впливи на економіку країн, тому було важливо зрозуміти, до якої теоретичної позиції можна віднести діяльність ТНК в Україні. Наступна іноземна стаття стосувалася місця Nestle у світовій економіці, де розкривалася як негативна роль компанії щодо забруднення води, так і її популярність серед споживачів. Стаття була написана Джосефом Гаррі.

Процес транснаціоналізації у XXI є незворотнім, оскільки кожен суб'єкт економічної діяльності став максимально залежати один від одного. І попри те, що діяльність корпорацій несе багато негативного, а від автентичності майже нічого не залишилось, людство продовжує розвиватися активними темпами. І в даному контексті розвиток уособлює справжню гонку високотехнологічних розробок та нищівної конкуренції, котру можуть вистояти лише найсильніші. ТНК вже давно не порівнюються зі звичайними фірмами, оскільки їх влада та можливості є набагато більшими, і хоча світові організації та країни світу намагаються регулювати і контролювати транснаціональні компанії, у більшості випадках все відбувається навпаки. Попри щільну співпрацю та транснаціоналізацію країни мають перш за все захищати інтереси національних виробників для їх подальшого розвитку, оскільки отримавши прямі іноземні інвестиції від ТНК, у країні скорочується кількість малих та середніх підприємств.

Швейцарський гігант товарів суспільного споживання Nestlé присутній в Україні з початку 1990-х років і розширився протягом останніх двох десятиліть, щоб стати однією з найбільших транснаціональних компаній в країні. Спочатку зосередившись на імпорті, компанія незабаром розрослася на місцеве виробництво і наразі має три основні виробничі потужності

в Україні (Львівська кондитерська фабрика Світоч, Торчин , завод для виробництва соусів та майонезу та харківський виробник локшини Мівіна).

Відповідно до проведеного аналізу варто сказати, що були проаналізовані різні ринки харчових продуктів в Україні. Можна з упевненістю сказати, що вплив є позитивним, оскільки дії Nestle не призводять до захоплення українських споживачів, що унеможливлює конкурувати національних виробників. Частка у всіх трьох галузях є прийнятною. Компанія є лідером лише на ринку макаронних виробів за обсягом експорту, в той час як на ринку кондитерських виробів помітний вплив має Рошен, а ніяк не Nestle. Загалом, інвестиції направлені на розбудову галузі, підтримці фермерів, надання нових робочих місць та порятунок компаній, котрі знаходяться на межі банкрутства. Звичайно, що зацікавленість компанії полягає не лише у підтримці галузей, але і використанні ресурсів для подальшого виробництва та експорту.

Таблиця 1

НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНИ ЗАВДЯКИ ПІДТРИМЦІ NESTLE

Напрям/галузь	Що виконується?
Збереження екології	- Компанія вкладає кошти у розвиток екологічного пакування в Україні
Розбудова бізнесу в Україні	- Інвестування у розвиток власних потужностей, технологій та нових розробок
Сільське господарство	- Створення платформи «Ініціативи сталого сільського господарства» - Створення спеціальних програм навчань для фермерів - Виділення фінансової допомоги для модернізації господарств - Створення програми «Господар +» для українських постачальників та фермерів за методологією Rise
Підтримка та допомога	- Nestle виділила 20 млн грн на підтримку держави у час пандемії
Інноваційна освіта	- Розвиток освітньої програми «Абетка харчування» для розвитку культури харчування

Насамперед присутність Nestlев Україні певним чином вплинуло на розвиток харчової промисловості та сільського господарства. Компанія віддана своїм принципам та баченню якісного і корисного харчування, тому активно працює для підтримки якості продукції в Україні, побудові міцної співпраці з українськими фермерами, які полягають у розвитку низки ініціатив: Господар+ та платформи «Ініціативи сталого сільського господарства». Nestle стабільно сплачує податки, допомагає українській економіці у часи складної кризи та створює робочі місця. Окрім того, Nestle Україна шанує традиції та культурні особливості народу і розвиває бачення правильного харчування у маленьких українців. Основні категорії в Україні є диверсифікованими, а подальша стратегія полягає у розширені потужностей для збільшення обсягів експортної продукції. Звичайно, не варто забувати, що компанія зацікавлена у використанні українських ресурсів, сприятливого географічного положення та ринку з великою кількістю нових споживачів. Проте у даному випадку є більше переваг діяльності компанії, оскільки держава не виконує свої обов’язки з підтримки домогосподарств та бізнесу, тому ТНК маючи певну зацікавленість та зиск вкладають кошти у важливі для них сектори, таким чином отримуючи сировину, інфраструктуру та робочу силу.

Під час дослідження були зроблені певні висновки, щодо діяльності ТНК в Україні та їх впливу на конкурентоспроможність країни. ТНК вкладають значні кошти у розбудову перспективних галузей економіки, котрі для України є стратегічними: АПК, харчова промисловість, хімічна, металургійна і мінеральна. Важливим є той факт, що національні підприємства залишаються лідерами у галузі АПК, металургії та хімічній промисловості. Проте через присутність іноземних гігантів на ринку помітна висока конкуренція. Частка світових ТНК у експорті агропродукції складає 33% і помітна тенденція до зростання.

Присутність Nestlев Україні певним чином вплинуло на розвиток харчової промисловості та сільського господарства. Головною пропозицією для покращення ситуації в Україні, щодо діяльності ТНК є прийняття спеціального закону України "Про діяльність транснаціональних корпорацій в Україні", створення урядової програми для підтримки національних транснаціональних компаній в економічному та пріоритетному секторах та визначити критерії, котрими наділені ТНК в Україні.

Література:

1. Качур А. В. ТНК та їх роль у сучасних міжнародних економічних відносинах / А. В. Качур, Д. М. Могилко. // Економіка і суспільство. — 2018. — № 19. — С. 55–62.
2. Bornschier V. Транснаціональні корпорації у світовому розвитку: все одно шкідливий вплив у все більш глобалізованій світовій економіці? / V. Bornschier, M. Herkenrath. // Університет Цюріху. — 2016. — № 1. — С. 1–19.
3. 'GoodFood, GoodLife' Celebrating 150 yearsofNestlé [Електронний ресурс] // Nestle. — 2019. — Режим доступу до ресурсу: https://www.nestle.com/aboutus/history/nestle-company-history/nestle-150-years.
4. УСПІХ КОМПАНІЇ ЯК СВІДЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО ПІДХОДУ NESTLÉ [Електронний ресурс] // DS-News. — 2019. — Режим доступу до ресурсу: https://www.dsnews.ua/vlast_deneg/uspeh-kompanii-kak-svidetelstvo-strategicheskogo-podhoda-07062019220500.
5. Швейцарський гігант споживчих товарів Nestlé інвестує в українську якість та конкурентоспроможність [Електронний ресурс] // BusinessUkrainenews. — 2018. — Режим доступу до ресурсу: http://bunews.com.ua/interviews/item/swiss-consumer-goods-giant-nestle-invests-in-ukrainian-quality-and-competitiveness.

Шугалій А. О.
«Міжнародні економічні відносини», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н, професор
кафедри міжнародного менеджменту Гальперіна Л. П.

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНИХ ПРОДУКТІВ НА ПРИКЛАДІ АЕРОКОСМІЧНОЇ ГАЛУЗІ

Вступ. В 21 столітті, коли особливого розвитку зазнала індустрія високих технологій, а саме великі прориви в сфері генної інженерії, комп'ютерних технологій і звісно ж в аеро- та авіа- сферах, ця сфера заслуговує на детальну увагу. Велику роль відіграли космічні супутники для людства — в нас з'явився інтернет різних швидкостей, що суттєво покращив зв'язок між людьми і полегшив доступ до будь якої інформації. Тож, аерокосмічна галузь допомогла нам вийти за межі Землі, дослідити величезні простори космосу, розширити технологічні можливості інших галузей, тому дослідження тенденцій розвитку світового ринку високотехнологічних продуктів є актуальною темою.

Методи дослідження. Для розкриття теми дослідження на основі системного підходу було застосовано такі методи: критичного аналізу та узагальнення.

Огляд фахової літератури. При дослідженні даної теми були розглянуті праці вітчизняних та зарубіжних науковців, зокрема, А. Пейна, Р. Купера, А. Вайнштейна, Е. Фон Хиппелля, Л.Федулової, які стосувались світового ринку високотехнологічних продуктів. Разом з тим, дослідження тенденцій розвитку на ринку аерокосмічної галузі.

Результати дослідження. Розмір ринку світових аерокосмічних продуктів в 2019 році оцінювався в 907,2 млрд дол. США і за очікуваннями, CAGR (сукупний середньорічний темп зростання) збільшиться на 4,1 % з 2020 до 2027 р. [1]. Наразі у нас на орбіті понад 4800 супутників. Загалом, це абсолютно різні супутники, запущені різними центрами космічних досліджень по всьому світу. Одне з наших найбільших досягнень в інженерних космічних структурах — Міжнародна космічна станція (МКС). Це космічний дослідницький центр з низькою орбітою, який став результатом угоди між 5 різними країнами.

Зростаючому попиту на більш легкі літаки нового покоління та енергоефективні літальні апарати, сприяє збільшення акцентів на зменшенні викидів парникових газів. Комерційні літальні апарати домінували на ринку виробництва аерокосмічних деталей у 2019 році на суму 467,4 млрд доларів США у 2019 році.

Цей сегмент досяг найбільшого попиту завдяки зростанню пасажирських та вантажних перевезень. У наступні роки очікується зростання попиту на вантажні послуги та покращення торговельних відносин по всьому світу, що сприятиме зростанню сегменту до 2027 року.

Є думка, що зросте попит на продукцію для бізнес-літальних апаратів через низькі ціни та збільшення розмірів літаків. Також, корпоративні літаки підвищать продуктивність, оскільки авіаперевезення вимагає менше часу в порівнянні з іншими видами подорожей.

Зростаючі урядові ініціативи з вивчення космосу сприяють зростанню ринку виробництва космічних деталей. Очікується, що зростаючий попит на безпілотники та безпілотні літальні апарати (БПЛА) відіграватимуть істотну роль у цьому зростанні. А використання БПЛА для військової розвідки допоможе розширити сегмент найближчим часом [1].

Щодо тенденцій розвитку в аерокосмічній галузі, то тут буде не просто прорив, а справжня революція. Вже є ідеї про використання повітряного простору як майбутні магістралі для особистого користування. Інакше кажучи, літаючі автомобілі можуть бути не так далеко, як люди звикли думати.

Літаючі машини — це саме той випадок, де відбувається поєднання автомобільних та аерокосмічних технологій. Не так давно, літом 2019 року, Японія оприлюднила свій літаючий автомобіль, заявивши, що він піде в серійне виробництво до 2026 року.

Літаючий автомобіль, що працює на акумуляторі, є компактним і може значно полегшити дорожній рух машин на вулицях, тобто й заторів буде набагато менше. Можна очікувати, що ця тенденція збережеться і в майбутньому, оскільки все більше країн спрямовуються на літаючі машини для вирішення сучасних проблем руху [2].

Таблиця 1

ТОП 5 КОМПАНІЙ, РОЗРОБЛЮВАЧІВ ЛІТАЮЧИХ АВТОМОБІЛІВ

№	Компанія	Країна походження
1	Uber	США
2	Boeing	США
3	NEC	Японія
4	Kitty Hawk Corporation	США
5	Rolls — Royce	Великобританія

Джерело: створено автором на основі [3]

У таблиці 1 показані топ 5 компаній, які розробляють літаючі автомобілі, котрі зможуть рухатись як в повітрі, так і по землі. І хоча багато виробників автомобілів інвестують кошти в розробку літаючих автомобілів, найбільших успіхів досягли саме ці компанії, які зображені в таблиці. Так як літаючий автомобіль, одна з найбільш високо затратних ідей, і в той же час вона має надзвичайно високі шанси на успіх через 5-6 років, багато підприємств можливо погодяться на злиття, щоб досягти успіху в цій сфері. Наприклад, нещодавно Boeing придбав стартап Aurora, який працює над технологією, що дозволяє автономний політ [4].

Також, ще однією тенденцією на світовому ринку в аеросфері є моделювання нових деталей до вже існуючих виробів (наприклад, літаки, ракети, супутники, тощо), або ж модернізація існуючих для зменшення витрат палива та спрощення обслуговування.

Проблема полягає в тому, що для моделювання деталей з необхідною чіткістю, потрібні високо кваліфіковані спеціалісти, які вміють працювати з 3D принтерами і розуміють, що після того як деталь буде надруковано, щось виправити майже не можливо, а це загублений час і марно витрачені кошти.

Взагалі, 3D принтери зараз є досить ефективними та допомагають зекономити час на виробництво певної деталі чи навіть повноцінного продукту. В США, Команда Zopherus, з штату Арканзас запропонували проект 3D друку будівель на будь-якому космічному об’єкті (наприклад, Місяць, Марс тощо) [5]. Це спеціальне космічне обладнання зможе будувати всередині себе будівлю з місцевих матеріалів. Ця технологія є досить актуальною на майбутнє — вона значно полегшить процес колонізації планет.

Інтенсивна конкуренція рухає темп появи технологічних інновацій. Особливо це стосується масштабу сучасного аерокосмічного виробництва. Щоб збільшити темпи виробництва для задоволення високого попиту та залишатися конкурентоспроможними, виробникам потрібно буде покращити експлуатаційні та виробничі показники. Ефективна побудова літаків та їх комплектуючих потребуватиме не лише технологічних інновацій, а й підвищення продуктивності на всіх рівнях ланцюга поставок.

У 2018 році Airbus випробував сонячний літак, який був у польоті 28 днів. Прототип не здатний перевозити будь-які пасажирські вантажі, але ця ідея є доволі перспективною. Після

того, як буде розроблена технологія більш потужних сонячних елементів, відбудуться зміни не тільки в економічній, але й екологічній сферах. Галузь створює нові робочі місця для висококваліфікованих фахівців, залучатиме інженерів для розвитку різних нових технологій та покращенню вже існуючих.

Також, перспективними є розробки ракет багаторазового використання та космічних турів. Такі компанії, як Virgin Galactic, вже працюють над своєю ідеєю створити можливості людству для туризму в космосі та організувати певні атракціони.

Висновки. Підводячи підсумок, можна сказати що аерокосмічна галузь постійно розвивається, а завдяки винайденню нових технологій в цій сфері, людство досягатиме неймовірних успіхів не тільки в небі, а й у освоєні космосу. Аерокосмічна галузь є швидко зростаючою індустрією в наш час, яка впровадила багато неймовірних винаходів, котрі суттєво впливають на життя суспільства. Якщо казати про тенденції розвитку світового ринку високотехнологічних продуктів цієї галузі, то найбільш перспективними вбачаються літаючий автомобіль, ракети багаторазового використання, сонячний літак та 3D друк будівель на будь-якій поверхні. Всі ці технології дають людству шанс швидше освоїти космічні простори та мають як економічне, так і екологічне підґрунтя.

Література:

1. Grand View Research URL: https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/aerospace-parts-manufacturing-market
2. Interesting Engineering URL: https://interestingengineering.com/aerospace-engineering-the-current-state-and-the-future-prospects
3. Mind URL: https://mind.ua/news/20200574-v-yaponiyi-predstavili-publici-litayuchij-avtomobil-vlasnoyi-rozrobki
4. TechCrunch. URL: https://techcrunch.com/2017/11/08/are-flying-cars-the-future-of-transportation-or-an-inflated-expectation/
5. NASA`s Marxhall Space Flight Center/ YouTube https://www.youtube.com/watch?v=CZEUYKePV_0

Ляшенко І. А.
Міжнародний бізнес, 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
к.е.н., доцент кафедри міжнародного менеджменту Власенко Ю. В.

КРЕАТИВІЗАЦІЯ РИНКУ ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Багато проблем в логістиці пов’язані з людським фактором та експлуатацією транспортних засобів. Нецільове використання техніки, псування та втрата товарів у підсумку впливають на ціну та рівень задоволеності сервісом, що призводить до втрати клієнтів. Тому креативізація значно допомагає спростити діяльність логістичних провайдерів та запровадити нові підходи до більш ефективного використання ресурсів компанії.[1]

Метою даного дослідження є аналіз рівня креативізації сучасного ринку логістичних послуг в Україні та визначення можливих перспектив на прикладі національних логістичних провайдерів.

Основні завдання дослідження:

- Визначити основних учасників креативізації в Україні.
- Охарактеризувати основні інноваційні тренди на вітчизняному ринку логістичних послуг.
- Детально проаналізувати впровадження в своїй діяльності останніх новинок науково-технічного прогресу логістичних компаній та визначити індикатори їх рівня креативізації під час надання послуг.

В роботі було використано такі методи дослідження, як емпіричний, системний підхід, структурно — функціональний та порівняння. Під час виконання детального аналізу проблемного питання були використані праці вітчизняних та зарубіжних науковців та практиків,

статистичні дані офіційних сайтів та сайтів основних гравців на ринку логістичних послуг як в Україні, так і в світі.

Основними учасниками креативізації в Україні, як і всьому світі, виступають бізнес-інкубатори, культурні інституції, агенції місцевого економічного розвитку, органи влади, центри підтримки креативних індустрій, креативний клас та представники креативного бізнесу. [5]

Україна намагається не відставати від сучасних інноваційних трендів у логістиці. Так, наша держава 2018 р. посіла 66-те місце зі 160 країн з логістичної ефективності, набравши 2,83 бала, і стала третьою на пострадянському просторі. Про це свідчать дані рейтингу Світового банку — Logistics Performance Index 2018. [4]

Креативізація активно пов'язана не лише з використанням творчого потенціалу, а й, в першу чергу, з впровадженням інноваційних підходів. Ринок логістичних послуг не є настільки розвиненим в Україні, як на ринку США чи Європи, які навперебій діляться новими винаходами для спрощення діяльності та збільшення рентабельності.

Українська мережа відділень доставки «Нова Пошта» не відстає від світових лідерів та намагається впроваджувати новітні технології. Поштовий сервіс будує мережу інноваційних терміналів, 2 з яких вже почали роботу. Їх особливість полягає в висококласному обладнанні нідерландського підприємства «Vanderlande», яке використовує «Amazon», потужністю 8500 посилок на годину. Крім цього, термінали мають конвеєри та автоматичне сортувальне обладнання українського виробництва. Отримані посилки прямо з сортувальної стрічки завантажуються до автомобілів.[2]

На цьому прикладі можна зробити висновки, що завдяки успішному введенню креативізації, підприємство сприяє появі нових креативних продуктів та послуг, які можна визначити як бренди територій, зростання кількості нових робочих місць, підвищення якості робочих місць, ступінь використання нових технологій та збільшення кількості культурних заходів і подій.

Наступний приклад стосується розвитку залізничних перевезень в цілому, як пасажирських, так і вантажних. Оскільки «Укрзалізниця» є монополістом на ринку і не має конкурентів в цій сфері, а попит щороку зростає, підприємство намагається слідувати всім світовим трендам та нововведенням. Також варто згадати про нестримний розвиток сучасних технологій, які не оминули і України. «Укрзалізниця» використала діджиталізацію для більшої орієнтації на пасажирів та економії їх часу. На даний момент, розроблено мобільний додаток та сайт, щоб придбати квитки на потяг чи відслідкувати їх наявність, не звертаючись до залізничних кас. Про те, сайт, додаток та їх telegram-bot досить часто мають перебої.[3]

Останньою стала тенденція використання соціальних мереж. Це й не дивно, оскільки ми проживаємо у вік цифрових технологій. Не існує компанії, яка не має власного сайту. Таким чином, логістичні провайдери надають ряд послуг:

- можливість відслідкувати, на якій стадії перебуває вантаж та розрахувати час доставки, кілометраж та реальну вартість
- безперервна служба підтримки, щоб партнери та споживачі могли в будь-який час зв'язатися з кваліфікованими фахівцями для швидкого вирішення проблем з вантажем
- використання месенджерів замість гарячих ліній — Viber, Telegram та WhatsApp дозволяють бути мобільними та доступними 24/7
- реклама через Instagram значно ефективніша за звичну контекстну рекламу

Індикаторами успішної креативізації доцільно вважати показники підвищення конкурентоспроможності діючих бізнесів, зростання надходжень до місцевого бюджету, підвищення якості життя на території присутності, зменшення відтоку талантів, підвищення привабливості території присутності, зростання туристичної активності на території присутності, підвищення якості культурного життя.

Про те, у зв'язку з розповсюдження коронавірусу по всьому світу, діяльність логістичних провайдерів як на території України, так і при міжнародних перевезеннях, значно ускладнилася. Оцінити втрати від пандемії в секторі логістичних послуг досить складно, оскільки кордони повністю закриті, потік пасажирів зведений до 0 в цілях безпеки. Людям заборонено збиратися групами з більше 6 осіб та знаходитися в громадських місцях. При цьому, служби доставки їжі — Raketa, Glovo і UberEats — активно знаходять способи як обійти діючі обмеження та не дозволити призупинитися своїй роботі, надаючи своїм клієнтам можливість «безконтактної» доставки. Тепер кур'єри можуть привозити їжу буквально під двері та лишати її тамбез необхідності контакту з людьми. У Китаї, де розпочалася пандемія, служби доставляли таким чином їжу кілька місяців самоізоляції.

Опцію «безконтактної» доставки вже додали в великобританському сервісі Deliveroo та європейському стартапі Glovo. У сервісі Glovo також повідомили, що з 12 березня, коли в Україні офіційно розпочалися карантинні заходи через covid-19, запроваджують «безконтактну» доставку та скасовують для кур'єрів необхідність отримувати мобільний підпис від замовника. Використання цієї опції вже набуло своєї популярності в Україні, що дозволяє не покидати людям свої домівки без нагальної потреби та отримати продукти з магазинів чи їжу з закладів харчування при мінімальних ризиках зараження.

У сервісі Uber Eats, який характеризується попитом в Харкові, Одесі та Києві, повідомили, що працюють над тим, щоб повідомити клієнтів про існуючу можливість комунікувати з постачальниками через додаток, де вони зможуть лишати конкретні вказівки кур'єрам щодо того, де і як вони хотіли б отримати доставку — наприклад, залишити коментар «залишити біля дверей» або «залишити у вестибюлі». Крім цього, українські сервіси доставки їжі теж не відстають від таких креативних підходів та вже активно використовують в своїй діяльності.

Таким чином, можна зробити висновки, що лише шляхом застосування креативних та більш інноваційних підходів в своїй діяльності та вміння швидко пристосовуватися до мінливих умов є одним з ключових факторів успіху будь-якого підприємства на ринку України.

Література:

1. Кліпкова О. Креативність та інноваційність як основні складові нового вектору в управлінні підприємством. Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія: Економіка. 2015. Вип. 2(2). С. 76–80.
2. Сайт «Нова пошта» [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу:https://novaposhta.ua/
3. Сайт Укрзалізниці [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://www.uz.gov.ua/
4. Сайт Світового Банку [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу:https://lpi.worldbank.org/international/scorecard/line/8/C/UKR/2016#chartarea
5. Флорида Р. Homo creativus. Як новий клас завойовує світ. Київ : Наш Формат, 2018. 380 с.

Півторак Н. Ю.
«Міжнародний бізнес», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародного менеджменту Веремієнко Т. С.

РОЗВИТОК БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТУ МІЖНАРОДНОЇ КОМПАНІЇ TOYOTA

Бренд-менеджмент — це сукупність прийомів для створення особливого враження, яке здійснює вагомий внесок у загальний імідж і ставлення цільового сегмента ринку до бренду [1]. У даний час, на фоні глобалізаційних процесів економічного співтовариства, конкурентна боротьба на ринку постійно посилюється, і особливо актуальними стають питання організації управління брендингової діяльності, одним з основних аспектів якої є організація процесів формування торгової марки і її бренду, а також просування їх на ринку.

Актуальність роботи полягає у необхідності формулювання чіткої та націленої на довготривалу перспективу стратегії розвитку бренд-менеджменту, яка зумовлена сучасними світовими тенденціями, такими як глобалізація діяльності, відповідно до якої кордони між країнами, у яких діють компанії звужуються усе сильніше в економічному плані; цьому сприяють також сучасні інформаційно-комунікаційні технології, що забезпечують функціонування значної частини світових ринків товарів та послуг у режимі 24/7.

Бренд Toyota визнаний найціннішим автомобільним брендом 2019 р. згідно з рейтингом, складеним американським фінансово-економічним журналом Forbes [2]. Тому важливість даного дослідження полягає у тому, аби розробити рекомендації для розвитку бренду Toyota на світовому ринку, оскільки в умовах сучасного розвитку технологічного процесу та інноваційних можливостей для просування бренду досить тяжко зберегти свої лідируючі позиції.

Мета дослідження: пошук можливих варіантів розвитку бренду Toyota в Україні.

Будучи одним з провідних світових автовиробників, Toyota надзвичайно серйозно стурбована обов'язком захисту навколишнього середовища, тому планує здійснювати дану ініціативу через створення автомобілів з мінімальним впливом на середовище. Даний принцип стосується не лише характеристик роботи транспортних засобів, окрім того, Toyota розуміє, що важливо знайти більш екологічні способи поводження із відпрацьованими одиницями [3].

Для реалізації даних ініціатив, Toyota взяла на себе відповідальність бути лідерами у захисті та поліпшенні навколишнього середовища. Компанія уже зробила чимало кроків для досягнення своєї мети, тому має певний ряд екологічних досягнень, а також визначила амбітні плани на майбутнє. Для цього компанія створила власний пакет завдань до 2050 р., для того, щоб не лише дотримуватися правила нульового впливу на довкілля, а й забезпечити екологічні вигоди, що також буде досить вагомим фактором впливу на розвиток бренду компанії [4].

Говорячи про адаптацію Викликів Toyota 2050 до українського ринку, то шостий виклик «Життя в гармонії з природою» відображений в акції «Купив машину? Посади дерево!» Вона набула популярності із 2009 р. та проходить щорічно із ціллю озеленення міста. Компанію розуміє важливість збільшення території зелених насаджень, оскільки дерева відновлюють кисень, поглинають CO2, захищають населення від шуму і пилу, до того ж створюють корисний мікроклімат. Окрім цього, головна мета цього проєкту − не тільки збагатити Київ зеленими насадженнями, але й створити унікальний шматочок Японії у вигляді японського саду. Таким чином, це створює додаткові асоціації з брендом, обізнаність навколо нього та позитивно впливає на його репутацію. Для проведення цих акцій компанія також долучає дітей з особливими вадами та дітей-сиріт, озеленюючи території біля їх шкіл. Таким чином у дітей формувалося відчуття відповідальності за посаджені дерева, а також відчуття приналежності до збереження і відновлення навколишнього середовища [5].

Однак, попри такий значний позитивний ефект та високу соціальну відповідальність, можливо виокремити слабку сторону даної акції — її одноразове проведення, тобто лише раз на рік. На мою думку, задля дотримання принципу Toyota Україна «Підвищення обізнаності» компанії слід звернути увагу за збільшення кількості подібних екологічних заходів.

Перша рекомендація полягає у тому, щоб здійснити колаборацію зі школами та вузами міст у яких присутні великі дилери, а також з їх міськими адміністраціями. Найважливіше — даний крок дозволить збільшити масштаби існуючої акції з Києва на Всеукраїнський рівень. Таким чином компанія Toyota буде забезпечувати учасників акції необхідними матеріалами та ресурсами, а міська адміністрація, у свою чергу, визначатиме прийнятні території міста для озеленення. Додатковою мотивацією для залучення учасників може слугувати створення лояльності до бренду. Наприклад, оголосити конкурс на сприяння екологічним ініціативам, тобто школярі за підтримки своїх батьків та студенти протягом певного часу, окрім загального озеленення певної території, мають здійснювати екологічні кроки у своєму щоденному житті, створювати креативні відео та поширювати їх у соціальних мережах, використовуючи загально визначені хештеги. У результаті проведеного конкурсу переможці матимуть змогу виграти тест-драйв автомобілю Toyota в офіційного дилера, для школярів дана акція буде діяти за участі батьків, а також матимуть можливість виграти знижку на обслуговування в офіційній мережі Toyota й отримати сувенірну продукцію, яку компанія активно розвиває протягом останнього часу.

Завдяки даній ініціативі компанія досягне наступних результатів: сприятиме прогресивному мисленню молодого покоління, досягне позитивного ефекту на навколишнє середовище завдяки озелененню, підвищить обізнаність про бренд. Через відмітки в соціальних мережах Toyota отримає більше охоплення, не затрачаючи додаткових ресурсів на рекламу. З одного боку, існує вірогідність, що залучаючи школи та університети, компанія не працює з потенційною цільовою аудиторією, однак, з іншого боку, це матиме вагомий ефект, так як при роботі зі школярами в екологічну ініціативу будуть залучені батьки, а сучасні студенти належать до майбутньої цільової аудиторії, які на ранньому етапі мають лояльність до бренду.

Наступним кроком до збільшення продажів та підвищення впізнаваності бренду є колаборація із мережами заправних станцій. Такою може слугувати мережа Окко, оскільки вона посідає третє місце у Топ-10 заправних станцій України, знаходиться на всій території країни та має окремі заправні станції для електрокарів, відзначається високою якістю пального. Ціни на даній станції є вищими за середні, однак автомобілі марки Toyota теж належать до преміум-класу [6]. Ідея акції полягає у тому, щоб власники автомобілів компанії Toyota за

певний ряд виконаних екологічних ініціатив будуть отримувати знижку на пальне у даній мережі заправних станцій. У результаті Toyota підвищує свою репутацію екологічної компанії, а кількість користувачів мережі Окко збільшується.

Ще одним важливим заходом у зменшенні викидів у навколишнє середовище, на мою думку, є співпраця з українськими та європейськими банками для визначення додаткових більш лояльних умов кредитування при купівлі електромобілів. Найбільш прийнятним для даного рішення є Ощадбанк, оскільки має досить розвинений сервіс для корпоративних клієнтів, а також співпрацює з Європейським Інвестиційним Банком.

Як наслідок, дана ініціатива зробить купівлю електромобіля більш доступною для ширшої верстви населення, що збільшить потенційну цільову аудиторію, а у свою чергу, банк та компанія будуть залучені в зелені ініціативи, які сприятимуть покращенню екологічної ситуації усієї країни.

Отже, вищенаведені рекомендації відображають загальні принципи компанії Toyota для зміни суспільства та покращення навколишнього середовища, окрім того, вони є адаптованими до українських особливостей та наявних можливостей. Через ряд даних ініціатив компанія акцентує увагу на власній соціальній відповідальності, що дає змогу розвитку бренду в цілому на українському ринку.

Література:

1. Москалюк С. Сучасний концептуальний підхід до системи бренд-менеджменту. Донецк, 2007. 1330 с.
2. Toyota — самый ценный автомобильный бренд шестой год подряд. URL: https://www.toyota.ru/news_and_events/2019/most-valuable-brand-6-year (Дата обращения: февраль 2020).
3. Офіційний сайт компанії Toyota Україна. URL: https://www.toyota.ua/
4. Toyota. Виклики щодо навколишнього середовища 2050. URL: https://www.toyota.ua/world-of-toyota/feel/navkolishnye-seredovisshe/vikliki-2050.json
5. Toyota. Купив машину? Посади дерево! URL: https://www.toyota.ua/world-of-toyota/toyota-in-ukraine/our-projects/kupiv-mashinu-posadi-derevo-2019.json
6. UA Energy. Топ-10 крупнейших сетей АЗС. URL: https://uaenergy.com.ua/post/12957/top-10-krupnejshih-setej-azs-nazvanie-chislo-azs-brendy-geografiya-vladelets.

Головченко Ю. М.
«Міжнародна економіка», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки Дроботюк О. В.

ВЕНЧУРНИЙ КАПІТАЛ В СИСТЕМІ ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ БЛИЗЬКОГО СХОДУ

Вступ. Близький Схід — складний регіон з погляду геополітичних відносин. Більшість країн регіону (окрім Єгипту) не визнають суверенність та незалежність Ізраїлю. З 2011 року в регіоні спостерігається збільшення кількості конфліктів в арабських країнах. Тут завжди йде боротьба за ресурси та ринки збуту з активними бойовими діями, тому цей регіон може бути прикладом для України як заохочувати інвестиції та створювати інноваційну екосистему в умовах постійної військово-політичної нестабільності. У той же час ресурсна залежність призвела до формування рентної економіки, що створює ризики економічного зростання, тому одним із ключових завдань урядів країн Близького Сходу є перехід від ресурсної економіки до інноваційної. Каталізатором інноваційної активності виступає фінансування досліджень і розробок, зокрема через механізми венчурного інвестування.

Метою роботи є дослідження венчурного капіталу в системі фінансування інноваційного розвитку Близького Сходу шляхом оцінки впливу венчурного капіталу на фінансування інноваційного розвитку Близького Сходу.

Методи дослідження. Методологічною основою дослідження є історико-логічний та статистичний метод, метод аналізу та синтезу зібраної інформації, кореляційно-регресійний аналіз.

Огляд фахової літератури. В роботі використовуються статистичні дані подані в звітах PitchBook, Magnitt, бази даних World Bank, звіт Глобального інноваційного індексу, звіт Глобального індексу підприємництва. Питання венчурного капіталу та процесу його інвестування досліджено такими вченими як В. Горнал, К. Бовард, Е. Гарріссон, Е. Браун, Е. Денісон, Ч. Едквіст, Хелман, Маєр, С.Кортум, Дж. Лернер, Л. Антонюк, А. Поручник. Венчурний капітал в контексті його існування на Близькому Сході та екосистеми, створеної завдяки йому було досліджено З. Мансуром, С. Ролом, С. Маєром, К., Шорсом, В. Бабаєвим.

Результати дослідження. Венчурні інвестиції сприяють створенню стартапів, бо присутні з початкового періоду розвитку і може фінансувати компанії до її виходу на фондовий ринок. Саме через фінансування на таких ранніх стадіях розвитку бізнесу венчурні інвестиції найризиковіші серед існуючих. Відповідно до етапів розвитку компанії збільшується і можливий дохід.

Особливістю екосистем Близького Сходу є вплив релігії на бізнес-середовище. Відтак, мають місце «ісламські фінанси». Ісламський венчурний капітал, а саме «Мудхарабах». Основна характеристика полягає в тому, що отриманий прибуток розподіляється за попередньо узгодженим коефіцієнтом розподілу прибутку між Ісламським банком, який виступає як венчурний капіталіст, і підприємцем[2]. Цей принцип обміну надає можливість банку повернути частину прибутку та активів, що фінансуються. Основною проблемою в ісламському венчурному інвестуванні є розподіл ризиків. Тому зараз венчурний капітал застосовується до певних цільових груп.

Безпосередньо щодо регіону, то відповідно до останнього звіту Magnitt (платформа для стартапів та інвесторів), стартапи регіону Близького Сходу залучили загальний венчурний капітал у розмірі 704 млн дол. США у 584 стартапах, де ОАЕ та Єгипет лідирують за їх кількістю (Ізраїль до уваги не береться) [3]. Ізраїль за рік має близько 316 угод. Станом на 2018 рік в Ізраїлі існує 430 інвесторів, з них 23 % — нерезиденти [4, ст. 9]. Щодо секторального розподілу, то спостерігається ріст частки високотехнологічних і наукоємних галузей у ВВП. До прикладу, в Ізраїлі компанії в галузі програмування зібрали 4,4 млрд дол. США у 2019 році, що майже на 50% більше, ніж рік тому [5]. З 2012 року електронна комерція є однією з найбільш активних галузей у сфері стартапів — у 2018 році ця галузь все ще була другою за кількістю угод, що становить 11 % усіх угод. В той час у 2019 році кількість угод в цій сфері зросла на 3% [3, ст. 23].

За допомогою регресійного аналізу можна проаналізувати, що впливає на кількість угод венчурного інвестування. Маємо вихідну таблицю з даними (табл.1).

Таблиця 1

ВИХІДНІ ДАНІ ДЛЯ РОЗРАХУНКУ

Країна	ПІІ, млн дол. США	Дохід від нафти, % ВВП	Індекс доступності венчурного капіталу, бали	Легкість ведення бізнесу, бали	Витрати на ДіР[1], %ВВП	Патентні заявки резидентів,од.
Бахрейн	1515,00	2,01	3,80	70,10	0,10	11,00
Єгипет	6798,00	4,08	2,80	58,50	0,70	997,00
Ізраїль	21803,00	0,00	5,20	75,00	4,30	1506,00
Йорданія	950,00	0,00	3,70	61,30	0,40	24,00
Кувейт	346,00	36,61	4,00	62,60	0,30	1,00
Ліван	2880,00	0,00	3,30	54,40	0,22	0,00
Оман	4191,00	21,80	4,00	68,80	0,20	0,00
Саудівська Аравія	3209,00	23,10	3,80	63,80	0,80	1078,00
Туреччина	12944,00	0,06	2,70	75,30	1,00	7156,00
ОАЕ	10385,00	13,13	4,40	81,60	0,90	56,00

Джерело: складено автором на основі [1], [6], [7]

Y — кількість угод венчурного інвестування
X_1 — ПІІ, млн дол. США
X_2 — дохід від нафти, % ВВП
X_3 — індекс доступності венчурного капіталу, бали
X_4 — легкість ведення бізнесу, бали
X_5 — витрати на ДіР, % ВВП
X_6 — патентні заявки резидентів, одиниць

Так як усі фактори мають різні одиниці виміру, тому було проведено нормалізацію даних в діапазон від 0 до 100.

Тож після розрахунків за допомогою Excel, лінійна модель має наступний вигляд:

$$У = -25{,}74 + 2{,}21X_1 - 0{,}49X_2 + 2{,}29X_3 - 1{,}58X_4 - 0{,}15X_5 + 1{,}16X_6$$

Аналіз коефіцієнтів регресії дозволяє нам з'ясувати ступінь впливу факторних чинників на результатну зміну. Як свідчать результати, найбільшу вагу має такий показник як індекс доступності венчурного капіталу (β_3=2,29), прямі іноземні інвестиції β_1=2,21 та патентні заявки резидентів (β_6=1,16). Від'ємні знаки коефіцієнтів при показниках дохід від нафти, легкість ведення бізнесу, витрати на ДіР, означають, що значне збільшення в їх структурі призводить до зниження результативного показника — кількості угод венчурного інвестування.

Коефіцієнт множинної детермінації (R-квадрат) становить 0,99, отже, результативний показник залежить від п'яти факторних на 99 %. Коефіцієнт множинної кореляції 0,98 свідчить про сильний (тісний) зв'язок між показниками.

Фактичне значення критерію Фішера F= 32,05 перевищує табличне значення Fкрит= 8,94, взяте при ступенях свободи (6; 3) і рівні значущості 5 %, модель достовірна.

Висновки і пропозиції. Таким чином, можна зробити висновок, що ключовими факторами, які сприяють збільшенню кількості угод венчурного інвестування є прямі іноземні інвестиції, доступність венчурного капіталу та кількість патентних заявок резидентів. Очевидно, що присутність прямих іноземних інвестицій в країні означає існування там ТНК, які провадять корпоративні венчурні інвестиції, а це в свою чергу збільшує кількість угод. Чим більша кількість патентних заявок, тим вірогідніше, що в країні більш розвинута та дієва інноваційна діяльність.

[1] Дослідження і розробкиш

В усьому регіоні зусилля урядів направлені на зростання інноваційного підприємництва. Від цільових інвестиційних фондів, подібних до венчурних фондів, до структурних програм інкубаторів та акселераторів, державні установи відіграють дедалі більшу роль у екосистемах. Це важливо, бо в критичних умовах навколишнього середовища, коли увесь світ став заручником нафти і вона стала методом маніпулювання зовнішніми ринками, потрібно знаходити шляхи диверсифікації державних доходів. Саме венчурні інвестиції посідають важливе місце у сприянні інноваційної та підприємницької діяльності.

Література:

1. UNCTAD [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: bit.ly/2Mav7aB.
2. Kaouther Jouaber-Snoussi. Agency Problems in VC Contracts: Islamic Profit Sharing Ratio as Screening Device / Kaouther Jouaber-Snoussi, Meryem Mehri. — 2012.
3. 2019 MENA Venture Investment Summary [Електронний ресурс] // Magnitt. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: https://bit.ly/36FejlJ.
4. The Start-up Ecosystem in the Arab World [Електронний ресурс] // Magnitt. — 2019. — Режим доступу до ресурсу: https://bit.ly/2B6GYnL.
5. Why 2019 was a record-breaking year for Israel's economy [Електронний ресурс]. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: https://bit.ly/3c9nV99.
6. The World Bank [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://bit.ly/3dcH1g0.
7. Oil revenue — Country rankings [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://www.theglobaleconomy.com/rankings/oil_revenue/.

Сєліна Л. С., Андрійченко М. С.
«Міжнародна економіка», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки Черницька Т. В.

КОРПОРАТИВНІ СТРАТЕГІЇ НА СВІТОВОМУ ФАРМАЦЕВТИЧНОМУ РИНКУ

Вступ. Світовий фармацевтичний ринок є складним, багаторівневим, поліфункціональним утворенням зі стабільно високими темпами зростання виробництва, продажу і, відповідно, показниками рентабельності. Ці причини пов'язані зі специфікою лікарського препарату як товару, попит на який зростає незалежно від економічних і політичних чинників. За останнє десятиліття фармацевтична індустрія досягла значного прогресу завдяки науково-орієнтованому підходу, який удосконалив технології, вплинув на розвиток інфраструктури та збільшив кількість досліджень в галузі біології. Завдяки біотехнологіям були розроблені різні склади, щоб вилікувати або зупинити зростання особливо небезпечних інфекцій, включаючи ВІЛ та певні види раку. Яким чином компанії розвивають свій продукт, що особливого є в політиці ціноутворення на медичний препарат, як населення дізнається про створення нового лікарського засобу та який шлях проходять ліки, перш ніж вони потрапляють до пацієнта — все це регулюється фармацевтичними компаніями.

Методи дослідження. Методологічною основою дослідження є історико-логічний та статистичний метод, метод аналізу та синтезу зібраної інформації, кореляційно-регресійний аналіз.

Огляд фахової літератури. Вагомий внесок у дослідження засад функціонування світового фармацевтичного ринку, трендів та особливостей його розвитку зробили вітчизняні вчені: Довженко О.В., Мнушко З.М., Скрильова Н.М., Солодковський Ю.М.; та зарубіжні науковці: Альтер Р., Венте М., Делегно Б., Дреруб Д., Кнебель Х., Проуз С., Річі Х., Росі Б., Штарк А. Корпоративним стратегіям саме фармацевтичного ринку приділено не так багато уваги. Дане вивчення потребує додаткового розгляду, що і формулює мету дослідження.

Мета даного дослідження — на основі комплексного дослідження міжнародної економічної діяльності фармацевтичних корпорацій оцінити особливості корпоративних стратегій. Для вирішення поставлених у роботі завдань був проведений теоретичний аналіз наукової літератури, звітів міжнародних організацій в галузі економіки, фармацевтики, аналіз звітів і результатів діяльності компаній, емпіричного дослідження та прогнозування.

Результати дослідження. Питання розвитку та консолідації на світовому фармацевтичному ринку досліджували міжнародні консалтингові компанії PwC та McKinsey, E&Y. Проблематиці імплементації корпоративних стратегій на світовому фармацевтичному ринку були присвячені щорічні звіти фахових видань Evaluate Pharma, Grand View Research, InfinitiResearch, EFPIA та регуляторного органу США — FDA: Food and Drug Administration. На рисунку 1 зображено фази процесу дослідження і розвитку лікарського препарату.

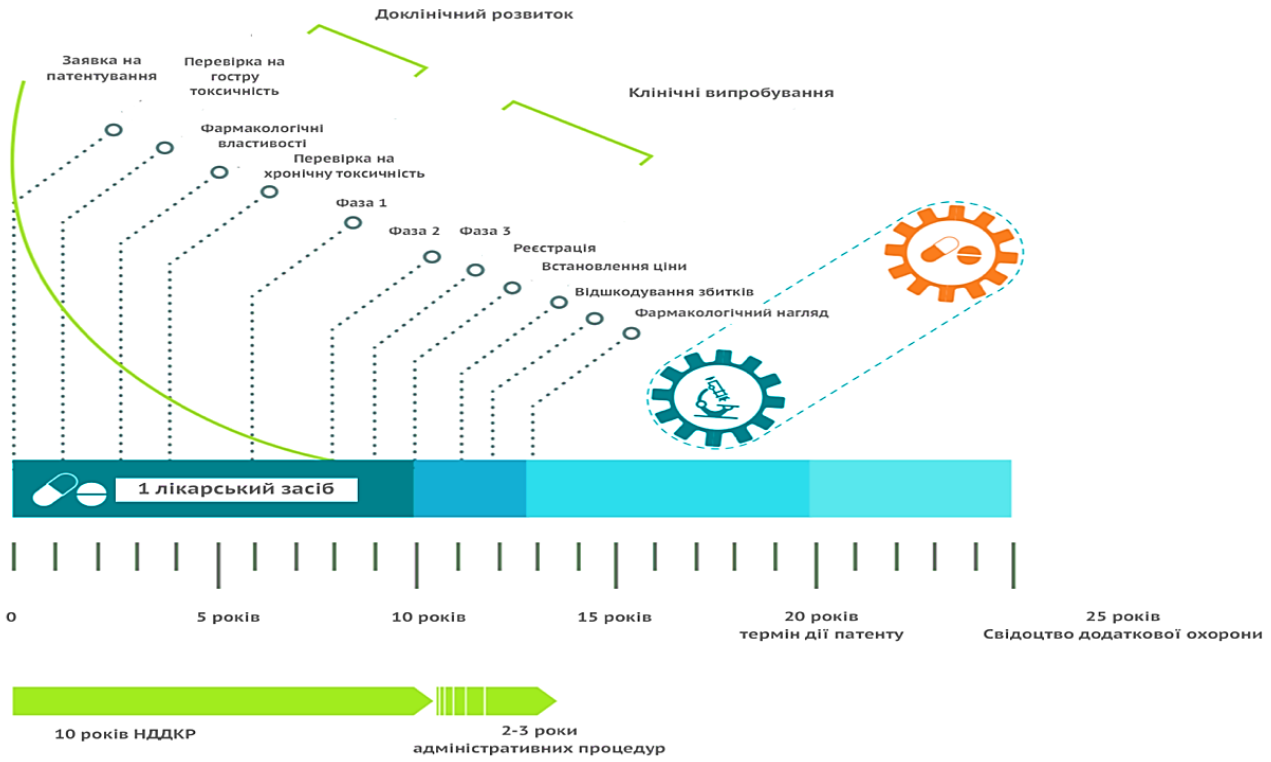


Рис. 1. Фази процесу дослідження і розвитку лікарського препарату [1]

Процес розробки патенту займає в середньому 12–15 років. Попит на лікарські засоби, безпосередньо пов'язаний зі здоров'ям та життям людини, тому ліки мають високий пріоритет у суспільстві, що визначає особливості взаємозв'язку між попитом та пропозицією. Саме тому вивчення корпоративних стратегій компаній, які займаються розвитком і інноваціями у фармацевтичній сфері є актуальним.

В маркетинговому комплексі існує стратегія ціноутворення. Через специфічну структуру розподілу та продажу фармацевтичних препаратів для встановлення цін на лікарські засоби основними на ринку є наступні чотири стратегії: ціноутворення на основі витрат, вартості, оцінки конкуренції та цінове скидання. Найчастіше на ринку фармацевтичної продукції використовується стратегія на основі оцінки конкуренції, за винятком продуктів, що виходять на ринок без конкуренції, таких як орфанні-ліки. Другою за популярністю стратегією є ціноутворення на скидання. Продуктові стратегії можна розглядати за двома типами: екстракції та інвестування. До стратегій екстракції належать: "збирання врожаю від препарату" "стратегія раннього входу", "продаж або ліцензування патентних прав" [2]. Прикладом застосування стратегій екстракції є компанія Bayer, яка спеціалізується на оригінальних препаратах, для них є актуальною стратегія "збирання врожаю від препарату". Вони встановлюють термін дії патенту і займають певну частку ринку, вкладаючи кошти в розробку нових ЛЗ і таким чином захищають себе від конкуренції з боку дженерикових препаратів-конкурентів. Інвестиційні стратегії. Розширення лінійки продукції передбачають заміну основного інгредієнта таким чином, щоб побічні ефекти були зменшені або розробка нової лікарської форми, яка застосовується у формі таблетки, замість введення через шприц. Продукти-послідовники, при виробництві яких були використані новітні інновації. Зміна групи препарату означає, що первинний виробник змінює спосіб отримання ЛЗ пацієнтом (з рецептом або без). Також можливою продуктовою стратегією є введення другого бренду після закінчення дії патенту. Комунікаційна стратегія фармацевтичних компаній була незмінною протя-

гом багатьох років. За останнє десятиліття цифрова революція вплинула і на фармацевтичну галузь. Всі ключові сегменти «цифрової» охорони здоров'я, такі як мобільна медицина, телемедицина, медична інформатика, в результаті дозволяють прискорити процес одужання пацієнта, зробити процес лікування більш ефективним і економічно вигідним. Тільки в 2016 році в «цифрову» охорону здоров'я було інвестовано 6,5 млрд дол., що більш ніж в два рази більше, ніж у 2015 році (2,9 млрд дол.) [3]. Фармацевтичні компанії відчувають значний вплив цього тренду, і все частіше вдаються до його використання — це відображається в помітному зростанні кількості стратегічних партнерств між представниками фармацевтичної галузі та сектора інформаційних технологій.

Маркетингові стратегії фармацевтичних корпорацій постійно змінюються**. Відбувається перехід** від глобальної до локальної операційної моделі, яскравим прикладом чого є **GlaxoSmithKline, яка в 2020 році почала застосовувати технології таргетингу в стилі Netflix.** Ще одним прикладом змін маркетингу є агресивна стратегія заходу на ринки інших країн через лотерейний розподіл препаратів між хворими. Так Novartis в 2019 році запустив програму безкоштовного розповсюдження свого найдорожчого в світі препарату Zolgensma через лотерею. Програма працює подібно лотереї на ринку тих країн, де продажі препарату ще не схвалені. Препарат призначений для лікування — спінальної м'язової атрофії у дітей (SMA). Доза продається за ціною в 2,1 млн дол США [4]. Тільки в Європі налічують близько 1600 пацієнтів з цим рідкісним захворюванням.

Найпоширенішою корпоративною стратегією на світовому фармацевтичному ринку є консолідація. Процес корпоративної консолідації фармацевтичних компаній дає можливість скоротити час та фінансові витрати на розробку нового препарату на 30–50 % і відповідно скорити вихід нового продукту на ринок. Проте останнім часом головною метою консолідації є спекулятивне підвищення вартості своїх акцій. Так, якщо на початку 2000-х років мотивом 90 % фармацевтичних консолідаційних угод був реальний розвиток фармацевтичного виробництва, а 10 % — спекулятивні махінації, то починаючи з 2010-го року, це співвідношення змінюється кардинально в інший бік. До кінця 2015 року на фармринку відмічалось зростання угод M&A до 290 на суму майже 200 млрд дол США [5].

Висновки. Сучасною корпоративною стратегією розвитку фармринку є застосування штучного інтелекту для пошуку сучасних ліків та розвитку новітніх маркетингових стратегій. Штучний інтелект дозволяє комп'ютерам навчатися на власному досвіді, адаптуватися до заданих параметрів і виконувати ті функції, які раніше були під силу тільки людині. Так підрозділі фармацевтичних компаній утворюють стратегічні альянси з IBM, McKinsey, Intel, Big Data Institute, Microsoft для сумісного проведення клінічних досліджень. Проте застосування штучного інтелекту з доступом до персоніфікованих біологічних даних людини може несе серйозну загрозу при повній розшифровці геному людину. Провідні цифрові компанії Google, Apple, IBM, надаючи свої платформи та розробки фармацевтичним компаніям, активно акумулюють великі масиви приватної біологічної інформації, що може бути потенційно небезпечним при її несанкціонованому використанні в певних корисливих цілях.

Отже, фармацевтична галузь в умовах глобалізації розвивається шаленими темпами, що змушує компанії розробляти та використовувати нові корпоративні стратегії для зміцнення конкурентоспроможності та завоювання перших сходинок світових фармацевтичних рейтингів, що не завжди має позитивний вплив для кінцевого споживача

Література:

1. Pharmaceutical Industry in Figures, Key Data [Електронний ресурс] // EFPIA. — 2019. — Режим доступу до ресурсу: https://www.efpia.eu/media/413006/the-pharmaceutical-industry-in-figures.pdf.
2. Wente M. Scientific Marketing in der Medizin / M. Wente, H. Knäbel., 2015.
3. The Business Reasearch Company The Growing Pharmaceuticals Market: Expert Forecasts and Analysis [Електронний ресурс]. — 2018. — Режим доступу до ресурсу: https://blog.marketresearch.com/the-growing-pharmaceuticals-market-expert-forecasts-and-analysis.
4. EY, Die größten Pharmafirmen weltweit, Analyse der wichtigsten Finanzkennzahlen der Geschäftsjahre 2016, 2017 und 2018 [Електронний ресурс]. — 2019. — Режим доступу до ресурсу: https://www.de.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-bilanzanalyse-pharma-2019/$FILE/EY%20Studie%20Pharma%202019%20web.pdf
5. PWC Analysis, Creating a stable drug pricing strategy in an unstable global market [Електронний ресурс]. — 2019. — Режим доступу до ресурсу: https://www.pwc.com/us/en/industries/health-industries/health-research-institute/assets/pwc-2019-us-health-drug-pricing-digital.pdf.

Науменко Р. В.
«Міжнародна економіка і менеджмент», 5 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки Черницька Т. В.

СТРУКТУРНІ ЗМІНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ПРАЦІ: НАСЛІДКИ ДЛЯ УКРАЇНИ

Вступ. Сучасний глобальний ринок праці є високо диверсифікованим та значно залежить від ряду економічних, соціальних, політичних, адміністративних та культурних факторів. Стабільність економіки та привабливі умови для праці сприяють залученню як бізнесу, так і робочої сили до країн. Водночас після закінчення епідемії коронавірусу світовий та регіональні ринки праці зазнають, як очікується, значної трансформації, що обумовлено об'єктивними як економічними, так і адміністративно-регулюючими факторами.

Метою роботи є дослідження структурних змін на світовому ринку праці та визначення їх наслідків для України.

Методи дослідження. Методологічною основою дослідження є історико-логічний та статистичний методи, методи аналізу та синтезу зібраної інформації.

Огляд фахової літератури. В роботі використовуються статистичні дані подані в звітах World Employment and Social Outlook. Питання венчурного капіталу та процесу його інвестування досліджено такими вченими як Komuda L., Burkhauser R.V., Daly M.C., Ziebarth N.R., Cavaletto G., Pacelli L., Giraudo M., Bena A., Leombruni R., Costa G., Gebel M., Giesecke J. та інші [5–9].

Результати дослідження. Сучасний глобальний ринок праці в умовах впливу коронавірусу та значного повернення робочої сили до України характеризується наступними трендами:

- скоригована частка глобального трудового доходу знизилася з 53,7 % у 2004 році до 51,4 відсотка у 2017 році. В той же час внаслідок трудової міграції понад 1 млн українців в першу чергу в країни ЄС обсяг трансфертів до України зріс з 8 до 12 млрд дол США [1–2];
- регіон Європи та Центральної Азії та Америки були ключовими рушіями глобального зниження частки робочої сили. Починаючи з 2004 року, частка в Америці зменшилася на 1,6 п.п, а в Європі та Центральній Азії — більш ніж на 2,0 п.п. Частка робочої сили в США зменшилася майже на 3,0 п.п за період з 2004 по 2016 рік. Передумовою скороченню цін на робочу силу в Європі був значний приріст мігрантів як з Африки, так і з України [1–2];
- невідрегульована частка доходу від праці тісно пов'язана з рівнем доходу країни. Регулювання самозайнятості знижує ступінь залежності, оскільки економічний розвиток сильно пов'язаний із нижчим рівнем самозайнятості. Тим не менш, досі можна спостерігати регіональну закономірність, пов'язану з доходом. Регіони з вищим рівнем доходу відкоригували частку доходів від праці понад світовий рівень, і навпаки [1–2]. В більшості країн ЄС спостерігається тренд до врегулювання отримання робочої сили з України, що значно підвищує рівень захисту прав українських мігрантів;
- в ЄС значно диференційовані доходи трудових мігрантів, в тому числі з України, що обумовлено як різним рівнем потреби в праці, так і умовами оподаткування доходів трудових мігрантів.

Зважаючи на високий рівень невизначеності щодо того, як торгівля та геополітична напруженість у найближчі роки впливатимуть на довіру бізнесу та споживачів, а отже, і на створення робочих місць, важко передбачити, як розвиватимуться різні заходи недостатнього використання робочої сили. Нещодавнє зниження світового рівня безробіття зумовлене здебільшого країнами з високим рівнем доходу. Зростання зайнятості в цих країнах було напрочуд сильним, враховуючи низький середній рівень економічного зростання за останнє десятиліття. Це може послужити спростуванням тверджень про те, що технологічні зміни призводять до масових втрат робочих місць.

Однак зростання зайнятості у країнах з високим рівнем доходу відбулося за рахунок зменшення зростання продуктивності праці, при цьому робочі місця створюються переважно у сфері послуг, де середня додана вартість на одного працівника є відносно низькою. На противагу цьому, ряд країн із середнім рівнем доходу, які зазнали економічних криз в останні роки, все ще мають високий рівень безробіття; вони навряд чи найближчим часом знову досягнуть сильного зростання зайнятості з огляду на зменшені перспективи світової економіки [2].

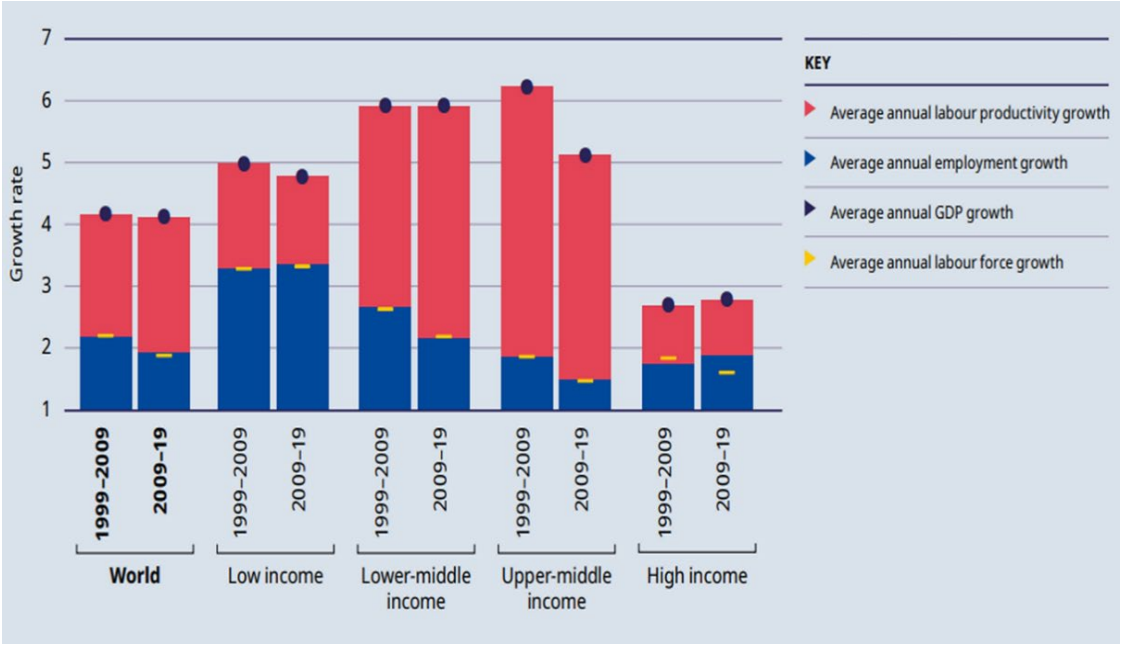


Рис. 1. Середнє зростання ВВП та двох його складових (продуктивність праці та зайнятість), 1999–2019 рр. [1]

Слід відзначити, що оплачувана робота не є гарантією гідних умов праці або адекватного доходу для багатьох із 3,3 мільярда, зайнятих у всьому світі у 2019 році. Занадто часто відсутність доходів або інших засобів фінансової підтримки змушує працівників займатися неофіційними роботами, а роботодавців — пропонувати низьку оплату праці та надавати мало доступу до соціального захисту та прав на роботі. Особливо це стосується 1,4 мільярда осіб, які працюють за власний рахунок та працівників у країнах з низьким і середнім рівнем доходу, які, як правило, працюють неформально, у вразливих умовах та отримують набагато менший дохід, ніж люди, які отримують заробітну плату.

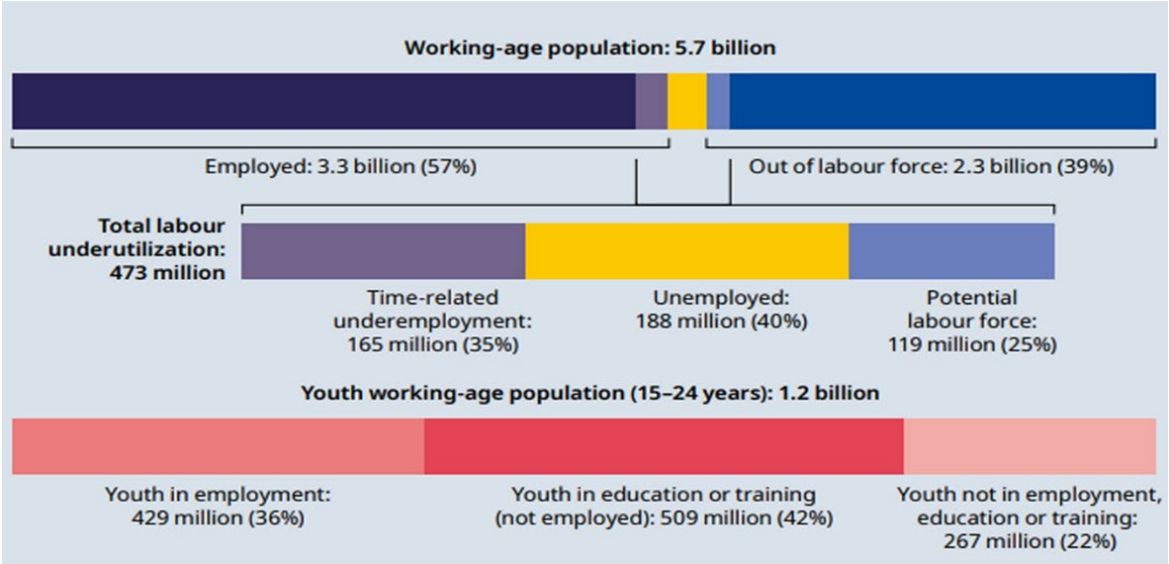


Рис. 2. Глобальний огляд доступу до зайнятості та недооцінки робочої сили, 2019 рік [1]

Навіть у країнах з високим рівнем доходів зростаючій кількості самозайнятих осіб доводиться боротися з поганими умовами праці — ситуація, яка частково відображається на зменшенні премії за дохід від оплати праці самозайнятих та оплати праці загалом. Тим не менш, самі працівники часто підпадають під небезпечні контракти, низький заробіток та неформальність. Загалом неформально зайнято близько 2 мільярдів працівників у всьому світі, що становить 61 відсоток світової робочої сили.

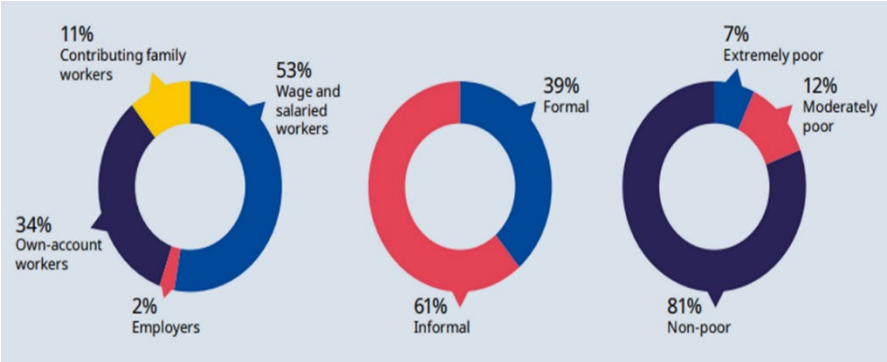


Рис. 3. Характеристика глобальної зайнятості, 2019 рік, % [1]

Висновки і пропозиції. Отже, визначено, що сучасні зміни на світовому ринку праці досить позитивно впливають на ринок праці України, оскільки нестабільність національної економічної системи України призвела до відтоку робочої сили закордон, при цьому експорт робочої сили з одного боку дозволив скоротити внутрішній рівень безробіття і підвищити рівень оплати праці в середині країни, а з іншого боку сприяють тому, що фінансові трансфери від експорту робочої сили врівноважують фінансовий рахунок платіжного балансу, що дозволяє забезпечити макрофінансову стабільність в Україні.

Для оптимізації системи розвитку національного ринку праці в Україні актуальним є впровадження системи стратегічного та оперативного планування використання трудових ресурсів з урахуванням національних особливостей розподілу робочої сили та процесів трудової міграції.

Література:

1. World Employment and Social Outlook. Trends 2020. International Labour Office — Geneva: ILO, 2020.
2. Світовий ринок праці. [Електронний ресурс]. https://www.ilo.org/global/lang--en/index.htm
3. NORMLEX — Information System on International Labour Standards. http://www.ilo.org/dyn/normlex/en/f?p=NORMLEX PUB:1:0::NO::: (2019). Accessed 10 January 2019
4. World Employment and Social Outlook. Trends 2020. International Labour Office — Geneva: ILO, 2020.
5. Komuda, L.: Zawody i umiejętności przyszłości (Occupations and skills of the future). https://pracaenter.pl/czytelnia/2621/zawody-i-umiejetnosciprzyszlosci (2013). Accessed 15 January 2019.
6. Burkhauser, R.V., Daly, M.C., Ziebarth, N.R.: Protecting working-age people with disabilities: experiences of four industrialized nations. J Labour Mark. Res 49, 367–386 (2016).
7. Cavaletto, G., Pacelli, L.: Flessibilità del lavoro e formazione dei lavoratori. Il caso italiano. Polis, Ricerche e studi su società e politica in Italia 2, 251–286 (2014).
8. Giraudo, M., Bena, A., Leombruni, R., Costa, G.: Occupational injuries in times of labour market fexibility: the diferent stories of employment-secure and precarious workers. BMC Public Health. 16, 150 (2016).
9. Gebel, M., Giesecke, J.: Labour market fexibility and inequality: the changing risk patterns of temporary employment in West Germany. Zeitschrift für ArbeitsmarktForschung 42, 234–251 (2009).

Ткачук Р. І.
«Міжнародна економіка», 5 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — д.е.н, професор кафедри міжнародної економіки Швиданенко О. А.

КОРПОРАТИВНІ СТРАТЕГІЇ ВКЛЮЧЕННЯ В ГЛОБАЛЬНІ ЛАНЦЮГИ ВАРТОСТІ

Вступ. Пришвидшення розвитку трендів глобалізації міжнародних економічних відносин наприкінці ХХст. спричинило глибокі структурні зрушення у формуванні та функціонуванні виробничих мереж. Зростає економічна необхідність кооперації між країнами, внаслідок пришвидшення та збільшення об'ємів потоків обміну товарами, послугами та фінансовим капіталом, і відповідно їх диверсифікації та фрагментації.

Для багатьох країн світу стала визначальною політика експорто-орієнтованої індустріалізації та їх інтеграція у глобальну економіку за рахунок цього. В той же час, глобалізація відносин у вимірі міжнародної торгівлі породжує нові проблеми і виклики для розвитку і імплемен-

тації стратегій і моделей, що базуються на ефективному використанні переваг участі економічних суб'єктів у глобальних ланцюгах створення вартості (ГЛСВ) і глобальних виробничих мережах (ГВМ).

Актуальність. Серед іноземних та вітчизняних вчених вагомий внесок у розвиток концепцій, пов'язаних з ГЛСВ внесли М. Портер, Г. Джереффі, Д. Хендерсон, Т. Стерджін, Д.Хампрі, Н. Черкас, К. Жиленко, Л.Антонюк, Д. Лук'яненко, Т. Мельник, Т. Циганкова, О. Швиданенко, В. Шевчук. Але не дивлячись на велику кількість робіт, проблематика корпоративних стратегій включення до ГЛСВ потребує подальшого синтезу, вивчення і аналізу.

Результати дослідження. Термін «ланцюг вартості» вперше був запропонований Майклом Портером у його праці «Конкурентна перевага: досягнення та утримання високого результату. Ланцюг вартості за Портером — це сукупність дій, що компанія робить для створення вартості для своїх споживачів [1].

Вплив глобалізації, а саме фрагментації виробництва та перенесення виробничих процесів у глобальний масштаб, викликав значні зміни у поділі праці на мікро- та макро- рівнях, та призвів до еволюції поняття ланцюгів вартості. Термін глобальні ланцюги створення вартості був запропонований у середині 2000-х років Гаррі Джереффі і описує такі види діяльності, пов'язані з виробництвом товару або послуги, а також діяльність з постачання, розповсюдження та післяпродажного обслуговування, коли дії повинні бути скоординовані за географічними регіонами [2]. Основою функціонування глобальних ланцюгів створення вартості є процеси інтеграції компаній у єдину виробничу мережу, які можливі за рахунок диверсифікації та фрагментації їх функцій, що передбачає розподіл їх завдань між собою задля зниження витрат та оптимізації ефективності їх діяльності, і як наслідок, підвищення конкурентоспроможності економічних суб'єктів на глобальній арені.

Використання корпораціями таких процесів формують передумови до виникнення корпоративних стратегій включення до ГЛСВ. На мікро- рівні такими процесами можуть слугувати процеси злиття та поглинання, а також кооперація та проникнення. Проте на макро- рівні ми можемо спостерігати ситуацію, коли великі гравці на ринку не можуть бути поглинуті, тому між ними виникає потреба у формуванні нових типів відносин, а саме — включення.

Головною проблемою визначення і категоризації стратегій включення до ГЛСВ є відсутність чіткого терміну, відсутнім є єдине трактування того, що ми розуміємо під стратегіями включення, та їх невизначеність у контексті їх співвідношення з типами та формами ГЛСВ.

Зважаючи на відсутність наукових даних, що чітко б описували стратегії включення до ГЛСВ, ми пропонуємо визначати стратегії включення до ГЛСВ — як певні дії, що направлені на організацію територіально розосереджених виробничих ланок корпорації у такий, єдиний ефективний комплекс, що з одного боку будується на основі їх спеціалізації та комплементарності для виробництва певного кінцевого товару чи послуги, а з іншого — формує додану вартість на кожному з етапів.

Імплементація корпоративних стратегій включення до ГЛСВ реалізовує цілі бізнес-стратегій компанії, і дозволяє підвищити ефективність виконання функціональних стратегій на корпоративному рівні.

Стратегії включення до ГЛСВ можна поділити за критерієм форми інтеграції:

Вертикальна форма стратегії передбачає фрагментацію процесу виробництва кінцевого продукту на основі поділу на стадії переробки сировини, напівфабрикатів, комплектуючих, проміжних виробів та створення вартості у процесі їх реекспорту між ланками виробництва[3]. Тобто, при стратегії вертикальної інтеграції відбувається організація системи глобального виробництва за рахунок створення послідовних технологічних операцій.

Горизонтальна форма стратегії інтеграції фокусується на спеціалізації учасників на окремих функціях створення вартості, наявності у них унікальних компетенцій та активів[4]. Для горизонтальної інтеграції більш характерним є взаємний обмін компонентами та послугами між кластерами компанії, який відрізняється від поставок у рамках вертикально побудованих ГЛСВ.

Також, спираючись на типологію ЮНКТАД, стратегії включення можна поділити за критерієм «рушійної сили»:

1 тип — ГЛСВ, у основі яких знаходиться технологія («technology-driven systems»), ця стратегія включення притаманна галузям, що сфокусовані на отримані і використанні нових технологій у процесі виробництва, наприклад: індустрія напівпровідників, комплектуючих для обчислювальної техніки, галузь телекомунікацій.

2 тип — ГЛСВ, що керуються підвищенням ефективності виробництва («production-driven systems»), головна ціль у стратегії такого типу, це зниження витрат за рахунок масштабування виробництва, зниження транспортних та логістичних витрат та використання

більш дешевої робочої сили. Характерним прикладом галузі, де домінує цей тип стратегії є автомобільна промисловість.

3 тип — ГСЛВ, рушійною силою якого виступає вдосконалення маркетингу («marketing-driven systems»), такий тип є домінуючих у сферах, де існує швидка зміна попиту залежно від смаків споживачів, і як наслідок, потреба їх задовольняти. При використанні даної стратегії компанії фокусуються на створення бренду, ауто-ідентифікації споживачів з ним. Прикладом таких галузей слугують текстильна, та сфери оптово-роздрібної торгівлі.

Висновки. Сучасний етап поділу праці у вигляді глобалізації фрагментації виробництва, потребує від великих компаній формування у своїй діяльності передумов та механізмі, що дозволять здійснення інтеграції у глобальні ланцюги створення вартості та глобальні виробничі мережі.

Гнучкість та варіативність можливих форм прояву інтеграції до глобальних вартісних ланцюгів і мереж дозволяє обрати та імплементувати різноманітні форми інструментів оптимізації витрат та підвищення ефективності, які можуть реалізуватись, в тому числі, і у формі стратегій включення. Проблематика генезису та охарактеризування форм прояву стратегій включення до глобальних ланцюгів створення вартості потребує подальшого, більш детального вивчення, що у майбутньому надасть змогу систематизувати і розробити нові механізми підвищення міжнародної конкурентоспроможності для глобальних компаній.

Література:

1. Porter M. E., Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance, The Free Press, New York, 1985.
2. Gereffi G.The governance of global value chains / Gereffi G., Humphrey J.,Sturgeon T. J. // Review of International Political Economy. — February 2005. –Vol. 12. — 1. — P.78–104.
3. Banga R. Measuring Value in Global Value Chains / R. Banga // UNCTAD Working Papers. — May 2013. — № 8. — 34 p.
4. Ghoshal S. The Multinational Corporation as an Interorganizational Network / S. Ghoshal and Ch. Bartlett // Academy of Management Review. — 1990. — Vol. 15. — № 4. — P. 603–625. 27.

Махник Яна, Абдуллаєва Евеліна
«Міжнародна економіка», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки Черницька Т. В.

АНАЛІЗ СВІТОВОГО ДОСВІДУ ОЦІНКИ РІВНЯ ТІНЬОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Тіньова економіка є багатовимірним світовим явищем і охоплює різні сфери економічної діяльності. Однак така неформальна економічна діяльність напряму впливає на чинники та напрями економічного зростання, яка в майбутньому може стати суттєвою проблемою не лише на національному, але й на регіональному та глобальному рівнях. Враховуючи фактичні та потенційні загрози, а також наслідки функціонування тіньової економіки, вважаємо необхідним розглянути та проаналізувати тіньові процеси з позиції оцінки методів розрахунку тіньової діяльності, що властиві всім країнам без винятку, а також зробити відповідні висновки на предмет боротьби з негативними наслідками тіньової економіки. Проблема дослідження полягає у використанні країнами різних показників при визначенні масштабів тіньової економіки і відносності результатів її розрахунку.

Метою дослідження є комплексний аналіз методів оцінки масштабів тіньової економіки та порівняння досвіду країн тіньової економіки з урахуванням глобальних процесів ринкових перетворень. Визначення релевантних методів оцінки тіньової економіки і індикаторів її вимірювання є першочерговою умовою її подолання, саме тому тема залишається *актуальною* і сьогодні.

Методологічною основою дослідження є загальнонаукові та спеціальні методи, зокрема: наукової абстракції (при дослідженні понятійно-категоріального апарату), аналізу, синтезу, індукції, дедукції (при визначенні особливостей оцінки тінізації за регіонами і країнами), визначення прямих і зворотних зв'язків між економічними явищами, економіко-статистичний та логічний методи (при аналізі взаємопов'язаних з тіньовою економікою індикаторів у динаміці), інституційного аналізу.

Дослідженню проблем тіньової економіки та її оцінюванню приділяється значна увага наукового співтовариства. У наукових доробках Я. Жаліло та С. Баранова, розкриваються теоретичні підходи до тлумачення тіньової економіки з економічної точки зору. Юридичні аспекти розвитку тіньової економіки виділені в працях З. Варналія та В. Мандибури. Зарубіжні науковці, зокрема, Ф. Шнайдер та Р. Остеркамп пропонують універсальний метод оцінки тіньової економіки в країнах світу та доповнюють зміст теоретичного доробку щодо процесів тіньової економіки.

З огляду на прикладну значущість дослідження світового досвіду в оцінці тіньової економіки, для України важливим є аналіз її оцінки саме в країнах, що подібні до неї за факторами та джерелами формування тінізації. Країн, які гіпотетично мають схожі чинники формування тіньового сектору економіки, і можуть бути прикладом позитивного досвіду детінізації для України. Для виявлення таких країн, було оцінено взаємозв'язок ВВП певних країн з рівнем їх тіньової економіки, що виявило наявність груп країн, які мають подібності у розмірі ВВП і тіньової економіки (Рис. 1).

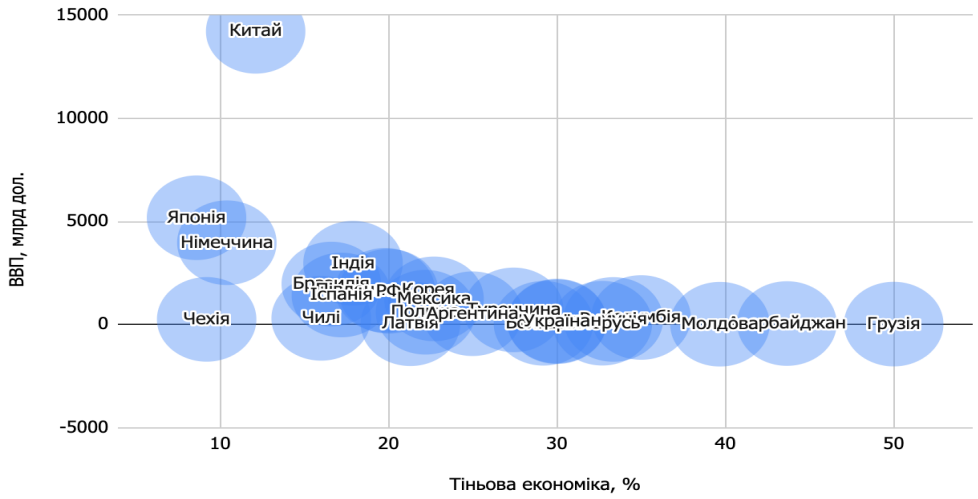


Рис. 1. Бенчмаркінг країн за номінальним ВВП і рівнем тінізації економіки, 2018 р.

Джерело: побудовано авторами за даними [6].

Аналіз взаємозв'язку розміру тіньової економіки тих самих країни з рівнем їх конкурентоспроможності за GCI (Рис. 2) дав подібний до попереднього результат.

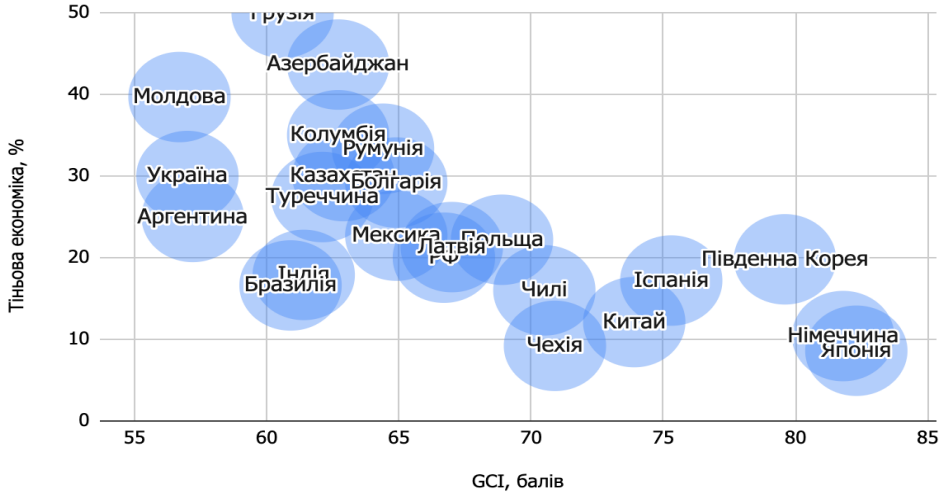


Рис. 2. Бенчмаркінг країн за глобальним індексом конкурентоспроможності та рівнем тінізації економіки, 2018 р.

Джерело: побудовано авторами за даними [6; 7].

Найближчими до України за GCI є Молдова і Аргентина. Саме тому, для факторного аналізу методів оцінки тінізації економічної діяльності було обрано такі країни: Іспанія, Бразилія, Чилі, Мексика, Колумбія, Аргентина. Дані країни за моделлю економічного розвитку близькі до України, мають вагомий за розмірами аграрний сектор (який може приховувати в собі значний обсяг тіньової економіки). Крім цього, саме у країнах Південної Америки значна кількість робочої сили (за певними підрахунками — близько половини) працює «в тіні», що також є спільним чинником для утворення тіньового сектору, в порівнянні з Україною.

Натомість, країни ЄС значно випереджають Україну як за рівнями розвитку інституцій загалом, так і за якістю фіскальної системи, низьким рівнем корупції, більш формалізованим процесуальним законодавством щодо бізнесу, тощо. Саме з цієї причини, порівняльний аналіз методів оцінки тіньової економіки в Україні з методами ЄС не буде достатньо релевантним. Разом з цим, не слід орієнтуватись і на країни принципово відмінних регіонів світу з надто високим рівнем тіньової економіки (Габон, Таїланд, Танзанія, Зімбабве), адже в них присутні чинники, які зовсім не притаманні економіці України, тому аналіз не може бути коректним. Одним з найбільш емпірично використовуваних методів в Азії є метод оцінки попиту на валюту (CDM), який у цілому також не є прийнятним для України.

Дослідження застосування методу MIMIC у Іспанії, Бразилії, Чилі, Мексиці, Колумбії, Аргентині дозволило отримати такі результати. Підтверджено фактичний вплив причинної змінної на латентну змінну, яка в даному випадку є тіньовою економікою. Відбір моделей проводиться так, щоб оцінювати розвиток тіньової економіки [2]. У цілому, всі проаналізовані країни використовують метод MIMIC. В деяких країнах він є основним, а в інших — одним з кількох офіційних методів визначення рівня тінізації. Згідно факторного аналізу оцінки тіньового сектору економік країн, значна увага в них приділяється чиннику середньої заробітної плати та оцінці добробуту населення. Як окремий індикатор, в Іспанії і Мексиці використовують «Доходи від внесків на соціальне забезпечення», у Чилі — показник соціальної стабільності, у Мексиці — наданий обсяг субсидій на виробництво. Додаткову увагу приділяють визначенню витрат на забезпечення державного апарату управління — їх оцінюють через показник кількості працівників служби державного управління (у Мексиці, Колумбії, Аргентині). Окремо також враховують рівень зарегульованості економіки через нормативні правила і законодавчі акти. У Бразилії і Колумбії при оцінці тіньової економіки також враховують комерційний курс долара.

Висновки і пропозиції. В ході дослідження ми виявили, що для подальшого застосування в України важливим є аналіз світового досвіду оцінки тіньової економіки саме в тих країнах, що подібні до України за факторами та джерелами утворення тіньової економіки. Ми виявили, що порівняльний аналіз методів оцінки тіньової економіки в Україні з методами ЄС та Східної Азії не буде повністю релевантним. Ми зосередились на дослідженні досвіду тих країн, які гіпотетично мають схожі з Україною чинники утворення тіньового сектору. Було виявлено, що всі вони в певній мірі використовують метод MIMIC для оцінки рівня тіньової економіки.

Саме метод MIMIC дозволяє враховувати ті змінні (фактори, що пов’язані з існуванням тіньової економіки в країні), які властиві аналізованій країні — які враховують рівень її економічного розвитку, тип господарства, виробництва, національної культури громадян тощо. Метод MIMIC є адаптивним, кожна країна може вводити свої змінні до моделі. Провівши аналіз застосування цього методу у Іспанії, Бразилії, Чилі, Мексиці, Колумбії, Аргентині та Туреччині, ми переконались в тому, що кожна з країн використовує різні змінні. Це підтверджує найбільшу перевагу методу — його адаптивність. Отже, ми рекомендуємо звернути увагу на метод MIMIC для оцінки рівня тіньової економіки України — з врахуванням факторів, які використовують зазначені країни.

Література:

1. Schneider, Friedrich. (2011). The Shadow Economy and Shadow Economy Labor Force: What Do We (Not) Know? IZA DP No. 5769
2. IBRE-FGV / ETCO Institute. An Estimate of Shadow Economy in Brazil [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.etco.org.br/user_file/shadowEconomy/05_FGV-ETCO.pdf
3. Carlos A. Arango A., Martha Misas A., Enrique López E. Economía Subterránea en Colombia 1976-2003: Una medición a partir de la Demanda de Efectivo. — 2006.
4. Shaida Abella Carrasco (2017). La economía sumergida en España: Análisis econométrico e impacto recaudatorio Shaida Abella Carrasco [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://repositorio.comillas.edu/jspui/bitstream/11531/24427/1/TFM000489.pdf

5. Robero Dell`anno, Miguel Gómez de Antonio, Ángel Alañón Pardo. Estimación de la economía sumergida en México mediante el enfoque de las variables no observadas. — Comercio exterior, VOL. 56, NÚM. 4. — 2006. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/90/3/RCE3.pdf
6. Офіційний сайт Міжнародного валютного фонду: International Monetary Fund. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.imf.org/
7. The Global Competitiveness Report 2019. − Geneva: World Economic Forum, 2019. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf

Соколова Ю. В.
«Економіка», 5 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки Ковтонюк К. В.

ЕНЕРГЕТИЧНА ДИВЕРСИФІКАЦІЯ УКРАЇНИ

Енергетичний сектор займає велику частину економіки України. Він знаходиться під широким рангом різноманітних впливів ендогенних та екзогенних факторів. До ендогенних факторів впливу слід віднести зростання імпортозалежності енергоносіїв, збереження високих цін для населення, а також нестабільність у східному регіоні країни та реалізація довгострокової стратегії уряду щодо розвитку енергетики. Серед екзогенних факторів слід відзначити активізацію співробітництва з неурядовими енергетичними організаціями та європейськими країнами. Крім того, Україна залишається важливою складовою глобального енергетичного ринку, виступаючи головним транзитним центром для експорту паливних ресурсів у Східну та Західну Європу. Паралельно з цим зростає загроза підвищення рівня забруднення довкілля. Тому, диверсифікація джерел сировини з включенням альтернативних їх видів, забезпечить формування політичної незалежності, економічного зростання та захисту навколишнього середовища.

Метою роботи є аналіз сучасного стану енергетичного ринку України і визначення пріоритетних напрямків його розвитку, а також надання рекомендацій щодо диверсифікації енергетичного сектору.

Методи дослідження. Під час проведення дослідження застосовувалися методи аналізу та синтезу, причинно-наслідкового зв'язку (для виявлення передумов, що склалися в енергетичній сфері), статистичного, історичного та логічного аналізів, метод аналогій, графічний метод (для наочного відображення реального стану енергетичної сфери).

Теоретичну й методологічну основу дослідження енергетичного ринку України та застосуванню джерел її диверсифікації зробили учені-економісти, а саме: С. Аптекар, О. Балан, Т. Биркович, Д. Бусарев, В. Геєць, Г. Дарнопих, А. Дронова, М. Земляний, Б. Кваснюк, О. Кендюхов, Н. Косар, В.П. Кухар, Л. Назарчук, І. Нєдін, Ю. Прокопенко та ін. Однак, залишаються недостатньо обґрунтованими і сформованими концептуальні, теоретико-методологічні та методичні основи формування енергетичної диверсифікації та підвищення рівня енергетичної безпеки.

В Україні функціонують три основні типи об'єктів генерації енергії, включаючи теплові електростанції, гідроелектростанції та атомні електростанції. Їх функціонування забезпечується як традиційними, так і альтернативними джерелами енергії (рис.1). Аналіз динаміки постачання первинної енергії для теплоелектростанцій за десять років (2008–2018 рр.) свідчить про те, що власний видобуток вугілля й торфу неухильно зменшується. Якщо в 2008 році показник постачання склав 41798 тис. т. (31.1 %), то вже в 2018 р. в 1,5 рази менше (27587 тис.т. Що стосується сирої нафти, аналіз свідчить про катастрофічне зменшення поставок цього виду палива на 7,5 тис. т. Однією з причин даного явища є виснаження нафтомістких родовищ хоча запаси нафти в Україні оцінюються в 3,62 млн тонн, у тому числі 0,4 млн тонн, які наразі не розроблені. Більш ніж удвічі зменшився видобуток природнього газу. Українським компаніям все важче здержувати спад в отриманні газу з вивчених українських родовищ, більшість з яких має довголітній термін експлуатації. У 2018 році фактичне

падіння виробництва (14,8 %) було майже таким же, як природний темп зниження на 15 %, що свідчать про катастрофічно недостатні обсяги буріння.

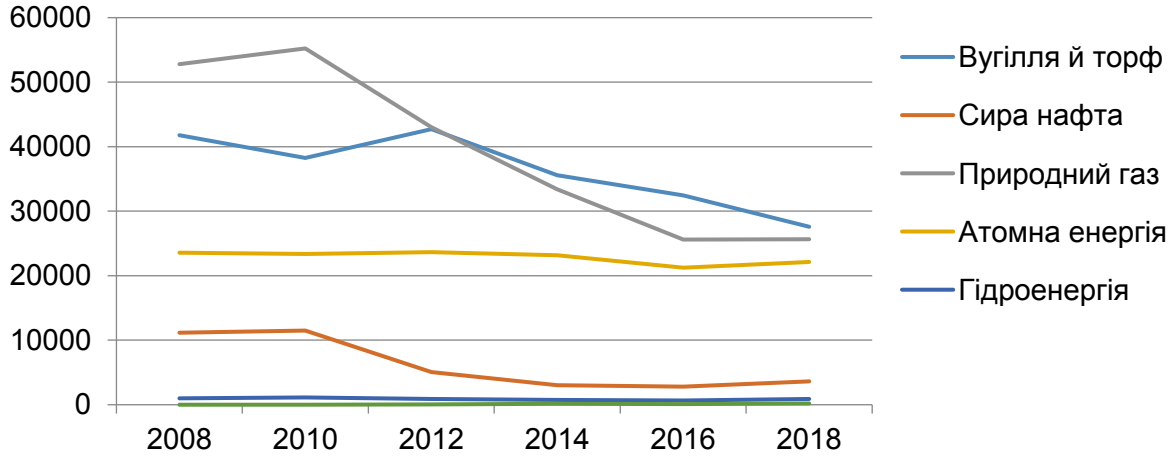


Рис. 1. Загальне постачання первинної енергії за 2008–2018 рр., тис.т.н.е

Джерело: складено автором за даними [1].

Атомна енергетика входить до трійки лідерів за обсягами продукування електроенергії, що забезпечується чотирма атомними електростанціями, а саме Запорізькою, Південноукраїнською, Рівненською та Хмельницькою. Україна посідає сьоме місце у світі і п'яте місце в Європі за кількістю ядерних реакторів, загальною потужністю та виробленою електроенергією. Виробництво атомної енергії протягом 2008–2018 рр. поступово збільшується. У 2008 р. атомна енергетика складала 17,5 % серед усіх джерел енергії, а вже 2018 р. її частка була 23,8 %.

Слід відзначити, що більш екологічні джерела енергії (гідро-, вітро- та сонячна) забезпечують менше 1 % загальної електроенергії. Серед цих видів альтернативної енергії спостерігається стрімке збільшення виробництва електроенергії вітровими та сонячними електростанціями з 4 тис. т. у 2008 р. до 197 тис. т. у 2018 р. Гідроенергія займає третє місце після теплових та атомних електростанцій. У 2018 р. гідроелектростанціями було вироблено 897 тис т. Хоча частка відновлювальної енергії незначна, проте ми бачимо зростання ролі вітрових і сонячних електростанцій, що забезпечується високою середньою швидкістю вітру, хорошим профілем сонячного випромінювання, багатою сировинною біомасою. Останні ідеально підходять для виробництва відновлюваної енергії.

Диверсифікація енергетичного сектору дозволить розширити можливості України в забезпеченні сировиною та енергетичної безпеки за умов мінливості міжнародних відносин. Розглянемо перспективні напрями розвитку енергетики України.

Використання альтернативної енергії — один з векторів вирішення питання енергозабезпечення. Україна забезпечена майже всіма видами, тому має всі шанси у зменшенні залежності від імпорту енергетичних продуктів. На сьогодні частково використовуються три види альтернативної енергії — сонячна, вітрова та гідроенергія. Можливості для інвестування в альтернативний енергетичний сектор України є надзвичайно сприятливими, оскільки країна має різноманітні запаси сировини та добре освічені кадри, що володіють спеціальними знаннями, потрібними для вивчення та впроваджень новітніх досягнень у цій галузі. Як наслідок, перспективи розширення сектору відновлюваної енергетики в Україні мають гарні перспективи.

Іще одним інструментом досягнення енергоефективності для України може стати застосування технологій термоядерного синтезу, петротермальної енергетики та отримання енергії з темної матерії; реакторів четвертого покоління із замкнутим ядерним паливним циклом; роботизованих супутникових сонячних електростанцій[3].

Крім того, Україна може застосовувати досвід європейських партнерів, комбінуючи вирішення декількох проблем одразу. Так, в останні роки питання утилізації сміття вийшло на першочерговий порядок денний уряду країни. Дослідження вчених свідчать, що вже на 2019 рік в Україні нагромаджено 35 млрд. тонн сміття, з яких 1,6 млрд. тонн є токсичними відходами. Оскільки, Україна є лідером за кількістю сміття, можна взяти досвід Швеції. Досвід

останньої є взірцевим навіть для інших країн-членів ЄС, скільки на звалища в цій країні потрапляє менше 1 % всіх побутових відходів. Приблизно половина спалюється на сучасних сміттєспалювальних заводах для вироблення тепла, енергії для охолодження і електроенергії. Багато сміттєспалювальних заводів також приймають побутові відходи (які неможливо переробити іншим способом) з інших країн — за окрему плату. Таким чином, у Швеції в рік спалюється близько 1,3 мільйона тонн закордонного сміття. З 2002 року в Швеції просто заборонено викидати на смітники то, з чого можна отримати енергію [4]. А, в Україні наразі діє лише один сміттєспалювальний завод, який розташований в Києві. Тож, працюючи в цьому векторі на партнерських засадах усі суб'єкти енергетичного ринку можуть виграти. Приймаючі сміття країни поповнюють свій бюджет, а ті, що надають «сировину» очищують своє середовище.

Україна також має потенціал для розвитку виробництва нетрадиційної енергії з біосировини. Для цього в нашій країні є всі умови, а саме сприятливий клімат, перспективи розвитку аграрного сектору, необхідна біомаса (сільськогосподарські культури, дрова, біогаз, відходи деревини). Сьогодні існує безліч технологій виробництва біоенергії. Наша держава може застосовувати метод видобутку енергії шляхом спалювання біомаси в котлах. Такий метод є найбільш розроблений в галузі.

Значна енергетична залежність стимулює шукати нові способи енергетичної диверсифікації. Вже зрозуміло, що пошук нових джерел отримання енергії з наявних природних ресурсів, втілення новітніх технологій у виробництво та співробітництво з розвинутими країнами у сфері енергетики стає вигіднішим, ніж імпорт енергоресурсів. За допомогою енергетичної диверсифікації Україна посилить енергетичну, економічну та політичну безпеку, що прискорить економічне зростання.

Література:

1. Державна служба статистики. — Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua
2. Державна служба геології та надр України. — Режим доступу: http://www.geo.gov.ua/
3. Small Modular Nuclear Reactor Market Report 2019–2029. — Режим доступу: https://www.reportlinker.com/p05750679/Small-Modular-Nuclear-Reactor-Market-Report.html
4. Офіційний сайт Європейського союзу. — Режим доступу: http://europa.eu/european-union/topics/energy_en

ФАКУЛЬТЕТ ОБЛІКУ ТА ПОДАТКОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

ПЛАТФОРМА 1
АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ТА БЕЗПЕКО-ОРІЄНТОВНИХ МОДЕЛЕЙ КОНТРОЛЮ

Дядечко А. М.
«Облік і оподаткування», 2 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — д.е.н., професор, завідувач кафедри обліку і оподаткування Шигун М. М.

ЗЕМЛЯ ЯК ВЛАСНІСТЬ: ІСТОРИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ТА РЕАЛІЇ СУЧАСНОСТІ

Український чорнозем — один з найбільших скарбів нашого народу. Земля є найголовнішим надбання селянства, яке протягом багатьох століть дбало про неї і шанували. Вона годувала українського селянина, за що він ставився до неї, як рідної неньки. Розмір приналежної землі одній особі завжди був мірилом статусу й соціального значення. Чимало війн, правителів, законів бачила земля. Ось і зараз прийшов час до чергового нововведення, а точніше скасування старого, а саме мораторію на вільний продаж землі.

Питання вільної торгівлі землі постало ще з часів зародження незалежної України. Першим рішучим кроком стало ухвалення у 2001 році Земельного кодексу України, який узаконив приватну форму власності на сільськогосподарські землі [4]. За ним відбулося розпаювання земель людям, які працювали в колгоспах, а також соціальноважливих професій. Проте не кожен селянин був здатний забезпечити належний догляд своїй ділянці землі, тому довелося надавати тимчасове користування великим суб'єктам аграрного підприємництва належні їм паї. Ця ситуація призвела до штучного здешевлення земельних активів, оскільки більшість орендарів платили селянам орендну плату за заниженими ставками. В подальшому це стало причиною виникнення проблеми з працевлаштуванням, адже з впровадженням все нових та нових технологій відбувалося скорочення кадрів необхідних для робити зі землею (рис. 1).



Рис. 1. Безробітне населення України у сільській місцевості за період 2000–2009 рр. [2]

До настання світової кризи 2008–2009 рр., Україна відзначалась економічним ростом, але низка подій, які відбулися за останні 10 років призвели до її стрімкого занепаду. З метою розвитку держави українським правлінням та народом був обраний курс на євроінтеграцію, тобто приєднання членом Євросоюзу та НАТО. Україна почала робити поступові кроки в цьому напрямі через прийняття різноманітних реформ. Економічний занепад, який настав після кризи 2008–2009 років, змусив прийти до потреби в кредитуванні з боку інших країн та

Міжнародного Валютного Фонду. Останнім була поставлена умова українській владі для отримання траншу, а саме прийняття закону «Про обіг землі», який знімає мораторій на вільну торгівлю землею, який був прийнятий в ніч з 30 на 31 березня 2020 року [5].

Цей закон є дуже потрібним для України, особливо в часи нової світової кризи 2020 року, спричиненою пандемією коронавірусу COVID-19, проте, на мій погляд, він має ряд недоліків і ось чому. Вільний ринок землі вже давно існує в більшості країн світу, особливо з добре розвиненою економікою: США, Німеччина, Польща, Швейцарія, Велика Британія [3]. Ці держави мають високий рівень розвитку сільськогосподарської галузі, тому виникає питання: «Чому українці неоднозначно прийняли вказану реформу в своїй країні?».

Проблема у різному розвитку сільськогосподарського та земельного інститутів. В цей час в Україні спостерігається високий рівень рейдерських захоплень с/г об'єднань, а також домінування агрохолдингів на ринку. Тому є зрозумілим занепокоєння народу в цій ситуації, адже це розв'яже руки тим, хто раніше не міг привласнити землю, а для цього використовувались довгострокові договори оренди (наприклад, на 49 років). Зрозуміло, що в українських реаліях будуть використовуватись всі можливі законні та незаконні методи одержання селянської землі.

Цей закон також може завдати удару по фермерству, яке поступово стало укріпляти свої позиції. Зокрема, фермер не зможе конкурувати з агрохолдингом. Для останнього не проблемою буде скупити 5 тис.га. при вартості 1000–2000$ (ця сума попередньо передбачена законом «Про обіг землі»), в той час в більшості фермерів немає таких грошових заощаджень. Також сьогодні агрохолдингам в Україні надають незатверджені переваги, наприклад, покупець може заплатити більшу суму коштів у разі придбання об'ємного обсягу продукції. Очевидно, що фермер не конкурентоспроможний перед агрохолдингом в розмірах виробництва й вкладеного капіталу.

Крім цього існує ряд проблем в сільськогосподарській сфері, які не вирішенні на цей час: відсутня сучасна система фінансово-економічного регулювання раціонального землекористування, не відпрацьований механізм реінжинірингу меліорованих територій у зонах як осушення, так і зрошення, що до цих пір не дозволяє забезпечити повноцінне повернення цих категорій земель у продуктивний господарський оборот [1].

На мою думку, для вдалого впровадження земельної реформи потрібно прийняти ряд рішень, які зміцнять інститут землі в Україні, зокрема:

- обмеження площі землі, яку можуть придбати юридичні особи;
- продаж землі тільки через відкриті аукціони;
- створення відповідного управлінського органу, який надаватиме дозвіл на продаж землі іноземцям;
- встановлення мінімальної ціни на 1 га землі, задля протидії маніпулюванням з боку покупців;
- введення фінансової підтримки фермерству;
- введення почергового продажу землі, тобто спочатку для торгів стає доступна земля в складнообробних місцях, а також, яка потребує осушення, або зрошення;
- впровадження екологічного контролю, бо багато підприємств почне вирощувати продукцію, яка швидко вичерпує запас родючості землі.

Література:

1. Голян В., Петруха С., Забловський А. Земельна реформа в Україні: пріоритети та інституційні передумови поглиблення. Економіст. 2017. № 8. С. 8–17.
2. Динаміка кількості зареєстрованих безробітних за статтю та місцем проживання у 1999–2012 рр. (за даними Державної служби зайнятості). Державна служба статистики України : веб-сайт. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/
3. Досвід світу в продажу земель: Де найдорожчі угіддя у Європі і як там працює ринок землі. ZIK : веб-сайт. URL: https://zik.ua/article/dosvid_svitu_u_prodazhi_-zemel_de_naidorozhchi_uhiddia_u_yevropi_i_iak_tam_pratsiuie_rynok_zemli_964027
4. Земельний кодекс України. Відомості Верховної Ради України. 2002. № 3–4. С. 27. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2768-14
5. Ринок землі відкрили, мораторій скасували: що треба знати про новий закон . Економічна правда : веб-сайт. URL: https://www.epravda.com.ua/publications/-2020/03/31/658748/

Ilienkov D. A.
A student of FEU, 2nd year student, specialty 051 «Enterprise Economics»
SHEE «Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman»,
Scientific leader — Oliinyk Y.V. Doctor of Economics
Professor of the accounting and taxation department

NON-FINANCIAL REPORTING AS A TOOL FOR IMPLEMENTATION OF THE BUSINESS' SOCIAL RESPONSIBILITY CONCEPT

By definition, the corporate social responsibility concept is a set of values, processes and activities aimed at promoting social goals of a charitable and activist nature in economic, environmental, and social spheres by supporting volunteer and ethically-oriented projects. In addition, this concept envisages self-regulation of business on an international scale, taking into account the interests of society and taking responsibility for the impact of its activities on the surrounding world [1].

Information on adherence to this concept is disseminated through non-financial reporting, a tool of corporate social policy that makes it possible to inform all stakeholders about the results achieved in the field of sustainable development and certain areas of socially oriented activity. The non-financial report is published on the organization's website or submitted to the stakeholders in paper form.

The purpose of this work is to highlight the topic of non-financial reporting in the context of the corporate social responsibility concept and to identify possible benefits for society and the enterprise that provides these reports.

The subject of work is the theoretical and practical aspects of non-financial reporting under corporate social responsibility concept. Advantages and disadvantages of adherence to this concept as a prerequisite for non-financial reporting at the enterprise are studied in this work.

First and foremost, non-financial reporting exists to inform stakeholders and the surrounding world about adhering to and supporting the company concept of socially responsible business. Thus, a socially responsible business takes responsibility for the impact of its activities on the surrounding world. The goal of implementing socially responsible strategies is not only to reduce and prevent the negative effects of the enterprise, but also to achieve economic, environmental and social effects, which can help the enterprise to improve the national economy and increase its competitiveness (consumers favour companies that care about their environment) [2].

Nowadays, non-financial reporting is not only a way of corporate self-regulation, but also rules for businesses at the international level [1].

Since non-financial reporting is a way of communicating to stakeholders about the pace of achieving the goals of economic sustainability, social well-being and environmental sustainability, it is worth considering the concept of socially responsible business directly.

The corporate social responsibility concept, which is becoming known through non-financial reporting, has the following advantages:

- long-term interest and business involvement in improving public well-being;
- increasing the image of a particular company in the eyes of society and partners;
- supporting the viability of the business as a system;
- reduction of regulation and pressure on business by the state;
- adherence of business to social and cultural norms;
- preventing social problems is more effective than overcoming them in the future;
- the presence of the necessary support from the stakeholders in the business;
- but also this concept has some disadvantages;
- waiver of worldwide profit maximization;
- public criticism if the company fails to fulfil its obligations;
- lack of social problem-solving skills.

An example of a corporate social responsibility policy is McDonald's. The corporation established the Ronald McDonald House Charities Charitable Foundation and supported other children's charities [3]. However, as a result, the policy has come under public criticism as McDonald's restaurants have been accused of promoting harmful eating habits [4].

Therefore, non-financial reporting makes it possible to publicize the results of the implementation of the concept of socially responsible business by a specific enterprise. This can lead to an increase in clients and benefits from the state, as well as public criticism for contradicting the concept with the company's activities. However, this concept and non-financial reporting

undoubtedly make it possible to reduce the detrimental impact on the surrounding world and improve the world's well-being through socially responsible business.

References:

1. Sheehy, Benedict. "Defining CSR: Problems and Solutions". Journal of Business Ethics. 131: p. 625–648. URL: https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-014-2281-x
2. McWilliams, Abagail; Siegel, Donald. "Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective". Academy of Management Review. 26: p. 117–127 URL: https://journals.aom.org/doi/full/10.5465/amr.2001.4011987
3. "Corporate Responsibility — U.S. Perspective" (PDF). McDonald's.com. 2018. URL: https://web.archive.org/web/20091230235955/http://mcdonalds.com/usa/good/report.RowPar.0002.ContentPar.0002.ColumnPar.0001.File.tmp/2006%20U.S.%20CR%20Brochure%20(English).pdf
4. Miguel Pina. Positive Organizational Behaviour: A Reflective Approach. URL: https://books.google.com.ua/books?id=IWXMDwAAQBAJ&pg=PT472&dq=harmful+eating+habits+in+children&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwjAzYGr64HpAhXKw8QBHWdqBWcQ6AEIKzAA#v=onepage&q&f=false

Романюк М. Д.
студентка ФЕтаУ, 3 курсу, спец. 6Е06 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана», Науковий керівник — Гнилицька Л.В. — д.е.н., професор кафедри обліку і оподаткування

JIT — ВИРОБНИЦТВО: РЕАЛІЇ ВПРОВАДЖЕННЯ В УКРАЇНІ

На українських підприємствах впродовж останніх 5 років значно зросла потреба в сучасних облікових системах, що ґрунтуються на логістичних прийомах. Такі виробники, як "Сармат", ПрАТ "Чумак", ПрАТ "АВК", "Кримський ТИТАН", "Сан Інтербрю Україна", "Ніссан Мотор Україна", "Криворізький завод гірничого обладнання", "Крафт Фудз Україна" та інші, практикують у своїй діяльності американську систему JIT (точно в термін), чи її японський аналог Канбан.

Для поглибленого дослідження переваг JIT-системи скористаємося практичним досвідом ПрАТ "Чумак" світового лідера з виробництва кетчупів та майонезі, що було створено у 1993 році.

Протягом п'яти років, поки обсяги виробництва були незначними, компанія обходилася власними складами. Але в 2004 р., коли об'єми перевищили 80 тис. тонн, Чумакові довелося орендувати додаткові складські приміщення — старі вже не могли вміщати двох-трьох тижневий запас продукції.

Орендовані склади були розкидані по Херсонській області, іноді на відстані 20 км від заводу, що ускладнювало роботу із вантажами. Як наслідок, зросла кількість бою через часте перекладення банок, зривалися терміни постачань, зросла кількість претензій і повернень, подвоївся об'єм вантажно-розвантажувальних робіт та об'єм перевезень між власними складами. У аналогічній ситуації в 2003–2006 рр. опинилися практично усі великі українські виробники продуктів харчування і товарів повсякденного попиту.

Відтак, починаючи з 2006 року ПрАТ "Чумак" повністю перейшло на систему "just-in-time", що передбачає випуск продукції партіями невеликого розміру, скорочення часу підготовки до виробництва, обмеження об'єму незавершеного виробництва.

Велику увагу керівництво ПрАТ "Чумак" приділяє створенню власного логістичного центру — складського терміналу, інтегрованого з виробництвом. До відкриття терміналу на транспортування продукції із заводу до дистриб'ютора витрачалось більше доби. Зараз цей процес займає шість хвилин. З конвеєра продукція потрапляє до «зони зберігання», яка займає 75 % всього складу, потім по роликах гравітаційної полиці пересувається в «зону відвантаження». Таким чином, продукція, що має обмежений термін придатності не залежується на складі. Потенційна пропускна спроможність складу в денну робочу зміну складає 60 машин місткістю 20 тон. З моменту отримання замовлення від роздрібного покупця до доставки вантажу проходить близько 48 годин.

Важливим елементом «just-in-time» є автоматизація виробництва і система заохочення працівників. Сьогодні ПрАТ «Чумак» випускає 120 найменувань продукції. Тому на новому терміналі використовується спеціалізоване програмне забезпечення серії WMS (англ. Warehouse Management System — система управління складом). Така програма дозволяє вести облік в режимі on-line — при прийманні товару комірник лише сканує штрих-код на коробці, продукт автоматично оприбутковується. Головна перевага нового програмного забезпечення полягає у розміщенні продукції на полицях за термінами оборотності. Складське програмне забезпечення дозволяє відстежити час, витрачений працівником складу на ту або іншу операцію, якість її виконання. Можна збудувати об'єктивну систему фінансового заохочення.

В рамках логістичної концепції «just-in-time» були налагоджені тісні зв'язки з постачальниками сировини (помідорів, огірків, насіння соняшнику). В основному це невеликі господарства, які оповіщаються про необхідність постачання невеликих партій на конкретну дату в міру виникнення необхідності на виробництві.

Чітко усвідомлюючи переваги системи JIT, слід наголосити і на факторах, що істотно знижують можливість її суцільного розповсюдження у діяльності вітчизняних суб'єктів господарював, серед них:

- незадовільна якість поставок та низькі сировинні запаси роблять будь-які збої в роботі логістичної системи критичними;
- порушення термінів постачання, помилки і збої в передачі інформації між замовником і постачальниками;
- висока затратність переформатування технологічних процесів згідно з вимогами JIT-системи.

Отже, розглянувши концепцію управління «точно в термін» можна дійти висновку, що JIT-система ефективна тільки в стабільно працюючих економічних системах за умови довгострокових господарських зв'язків. Її практичне впровадження сприятиме покращенню якості продукції, скороченню часу роботи обладнання, модернізації технології виробництва та зниженню матеріальних запасів.

Література:

1. Дудар Т.Г., Волошин Р.В. Основи логістики, Київ: ЦУЛ, 2012 р. 350 с.
2. Крикавський Є.В. Логістика для економістів: Підручник. Львів: Видавництво Національного університету « Львівська політехніка », 2004 р. 187 с.

Тарасюк Д. І.
«Облік і аудит», 2 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — д.е.н., професор, завідувач кафедри обліку і оподаткування Шигун М. М.

СИСТЕМИ «СТАНДАРТ-КОСТИНГ» І «ДИРЕКТ-КОСТИНГ»: ВИНИКНЕННЯ І РОЗВИТОК

Існує безліч класифікацій обліку витрат. Їх поділ пояснюється тим, що в процесі досягнення мети обліку витрат кожне підприємство індивідуально, орієнтуючись на функції різних методів, вибирає свій оригінальний метод. Актуальність представленої теми обумовлена тим, що економічна ефективність будь-якого підприємства залежить від якісного управлінського обліку, в тому числі в грамотній розробці системи обліку витрат. Одним з інструментів ефективного управління витратами є запровадження систем «директ-костинг» і «стандарт-костинг».

Система «директ-костинг» — це найбільш поширена система в теорії і практиці управлінського обліку. У перекладі з англійської мови означає система обліку прямих витрат. Суть даної системи полягає в тому, що собівартість продукції враховується і планується тільки в частині змінних витрат. Постійні витрати збирають на окремому рахунку і з певною періодичністю списуються на рахунки фінансових результатів [3, с. 3].

Система обліку змінних витрат виникла в США в період Великої депресії (1928 р.) і набула значного поширення в 50-х роках XX ст. З розвитком виробництва та значним збільшенням компаній з різних країн, кожна фірма прагне мінімізувати витрати з метою підвищення їх конкурентоспроможності та зміцнення своїх позицій на ринку. Ця мета ставила перед ними завдання точно визначити собівартість продукції, а також визначити ціну прориву, резерви зниження цін тощо.

Фактичним впровадженням системи директ-костинг є 1953 рік, коли Національна асоціація бухгалтерів в своєму звіті опублікувала опис даної системи. Надалі ця ж асоціація проводила і публікувала великі дослідження фірм, які використовують систему директ-костинг. Постійні витрати, які не залежать від обсягу виробництва і розмірів прибутку, перерозподіляючись між звітними періодами, значно впливали на величину розрахункового прибутку. Характерною ознакою сучасної системи «директ-костинг» є використання стандартів не лише змінних витрат, але і постійних витрат, особливо для змінної частини постійних накладних витрат. Стандартні прямі витрати — це засіб досягнення кінцевої мети бізнесу — отримання чистого прибутку.

Система стандарт-костинг зародилася на початку XX століття і у даний час належить до основних концепцій традиційного управлінського обліку. Саме стандарт-кост вперше у світовій практиці управління дозволив поєднати функції обліку, планування і контролю витрат в єдине ціле. Цю систему започаткував Ф. Тейлор, а заснував інженер-шляховик Г. Емерсон котрий розкрив можливості принципово нового підходу до обліку [4, с. 409–412]. Термін «стандарт-кост» означає: «стандарт» — кількість необхідних для виробництва одиниці продукції матеріальних і трудових витрат або заздалегідь обчислені матеріальні і трудові затрати на виробництво одиниці продукції, послуг, робіт; «кост» — це грошове вираження виробничих витрат на виготовлення одиниці продукції [1, с. 89].

Система стандарт-костинг ґрунтується на розрахунку коливань доходів та витрат, які для визначення фінансового результату звітного періоду повинні порівнювати доходи звітного періоду з витратами, понесеними на отримання цього доходу. Систему стандарт костинг розглядають головним чином як один із важливих інструментів контролю витрат. Вона відображає відхилення як різницю між фактичними і нормативними витратами, які є важливою інформацією управління [2, с. 30]. Однією з важливих переваг використання системи стандарт-костинг над іншими є економія ведення облікових записів.

Отже, завдяки вченим які заснували і розвивали ці системи, підприємства мають можливість підвищити ефективність управління витратами і прибутком. Вітчизняні ж підприємства переважно використовують класичні, традиційні методи обліку, такі як калькулювання собівартості продукції з повним розподілом витрат, не приділяючи гідної уваги зарубіжному досвіду.

Від правильно обраного методу або їх сукупності залежить ефективність управління витратами. Таким чином, метод «стандарт-костинг» дозволяє досягати попередньо розрахованої собівартості продукції, підвищує ступінь контролю за виробничим процесом, що сприяє ефективності застосування методу. «Директ-костинг», в свою чергу, виділяється ефективністю управлінських рішень з метою збільшення прибутку, так як враховуються в собівартість тільки змінні витрати організації. Застосування цих методів в управлінні виробничими витратами дозволяє організаціям підвищувати ефективність та прибутковість своєї діяльності. На нашу думку, за допомогою вище зазначених методів підприємство може обрати якісний спосіб обліку витрат або використати існуючий досвід.

Література:

1. Бутинець Ф.Ф., Давидюк Т.В., Малюга Н.М., Чижевська Л.В. Бухгалтерський управлінський облік: підручник. Житомир, 2002. 480 с.
2. Вербило О.Ф. Бухгалтерський облік у менеджменті: зміст та методика навчання. Київ, 2006. 328 с.
3. Милосердова Н.Д. "Стандарт-кост" и "директ-костинг": преимущества и недостатки. Томский политехнический институт. 2014. С. 4. URL: http://www.lib.tpu.ru/fulltext/c/2014/C40/V2/019.pdf.
4. Соколов Я.В. Бухгалтерский учет: от истоков до наших дней. М. 1996. 638 с. URL: https://lib.sale/buhucheta-istoriya-buhuchet/buhgalterskiy-uchet-istokov-nashih-dney-uchebn.html

Ракарчук А. Д.
«Облік, аудит та оподаткування», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент
кафедри обліку і оподаткування Федорченко О. Є.

ВПЛИВ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА НА ПОДАТКОВЕ НАВАНТАЖЕННЯ ПОДАТКОМ НА ПРИБУТОК

При функціонуванні підприємства прибуток виступає основним елементов в оцінці ефективності діяльності. Податок на прибуток виступає саме тим податком, який є одним з основних інструментів на макрорівні за допомогою якого підтримується стабільність економічно-політичного середовища в державі. Але розглядаючи на мікрорівні податок на прибуток, велика питома вага у його методиці визначення належить такій економічній категорії як витрати.

Тлумачення категорії витрати в Національному положенні (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» трактують, що витрати — це зменшення економічних вигод у вигляді зменшення активів або збільшення зобов'язань, що призводить до зменшення власного капіталу (за винятком зменшення капіталу за рахунок його вилучення або розподілення власниками) [1].

Податкове навантаження підприємства відіграє важливу роль в діяльності підприємства. Податкове навантаження розглядається як фінансовий індикатор, який характеризує обсяги податкових вилучень, які впливають на економіку в цілому та на окремих їх платників [3, с. 82].

Вплив витрат на податкове навантаження підприємства можна розрахувати за допомогою такого показника, як рівень податкового навантаження витрат за формулою:

$$\text{ПНв} = \frac{\text{Пзаг}}{\text{В}}, \quad (1),$$

де Пзаг — загальна сума податків та зборів підприємства;

В — загальна сума витрат підприємства [4, с. 124].

Даний показник характеризує частку всіх податків та зборів у витратах підприємства.

Рівень витрат підприємства за звітний період впливає на розмір прибутку до оподаткування, і, відповідно, й на розмір чистого прибутку підприємства. Чим більше витрат здійснює підприємство протягом звітного періоду, тим менший буде прибуток до оподаткування та, відповідно, менший розмір чистого прибутку.

16.01.2020 р. ВРУ ухвалено Закон на базі законопроєкту № 1210, яким вносяться зміни до ПКУ, в цих змінах передбачається для деяких груп основних засобів, можна застосовувати інший вид амортизації або строк корисного використання, який в свою чергу буде впливати на відображення витрат, тобто таким чином відбудеться збільшення витрат для суб'єкта господарювання. Також було зазначено, що фінансовий результат до оподаткування доведеться збільшувати й на суму штрафних санкцій, нарахованих контролюючими органами та іншими органами державної влади. Причому не лише за порушення податкового законодавства, а й за порушення будь-якого законодавства [2].

Прибуток є основним власним джерелом фінансових ресурсів для розвитку діяльності підприємства. Податок на прибуток сплачується як частина від отриманого підприємством прибутку. Тому він має істотний вплив на функціонування підприємства, адже при цьому зменшуються можливості розширеного відтворення.

Можна зазначити, що характеристика впливу податку на прибуток підприємств визначає виробничі можливості підприємства, вибір політики відтворення, напрями його розвитку, а формою впливу даним податком є прямий розподіл прибутку та пряма залежність між величиною податків та поточними витратами господарської діяльності.

При розрахунку податкового навантаження підприємства розраховують як абсолютні так і відносні показники. Абсолютними показниками є сума всіх податків і зборів, які підлягають

сплаті до бюджетів та цільових фондів за звітний період, і величина окремих податків та зборів, зокрема також і податку на прибуток підприємств. Однак розрахунок величини абсолютного податкового тиску не дає повного уявлення про ступінь впливу сукупності податків і зборів на результати діяльності підприємства. Поряд із показниками абсолютного податкового тиску розраховуються показники відносного податкового тиску, які достатньо повно характеризують вплив на кінцеві результати діяльності підприємства.

Для розрахунку відносного показника податкового навантаження з податку на прибуток підприємств в частині витрат використовують дану формулу:

$$\text{ПНВНнП} = \frac{\text{ПнП}}{\text{В}} \quad (2)$$

Економічне тлумачення представленої формули полягає у відображанні частки нарахованого податку на прибуток підприємств у витратах підприємства.

Можна дійти висновку, що витрати суб'єкта господарювання відіграють важливу роль у формуванні фінансового результату підприємства, який в свою чергу має значний вплив на податкове навантаження підприємства такої податкової категорії як податок на прибуток. Податок на прибуток це один із важливих податків, яке сплачує підприємство, від якого залежить майбутній розвиток того чи іншого суб'єкта господарювання, оскільки прибуток для підприємства це в першу чергу направлення коштів на вдосконалення та впровадження нових технологій.

Література:

1. НП(С)БО 1 „Загальні вимоги до фінансової звітності", затверджене Наказом Міністерства фінансів України № 73 від 07 лют. 2013 р. : за станом на 10.11.2013 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. — Режим доступу : http://www.zakon.rada.gov.ua (дата звернення: 15.04.2020 р.).
2. Податковий кодекс України URL : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17 (дата звернення 15.04.2020)
3. Стеблюк Н.Ф., Філін А.О. Вплив податкового навантаження на діяльність підприємств // Молодий вчений. Економічні науки. — 2015. — № 8. — С. 80–86.
4. Ткачук Н. Вплив податкового навантаження на діяльність суб'єктів господарювання в умовах реформування фінансової системи України // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. — 2015. — № 4. — С. 121–128.

Денисенко А. Р.
«Облік, аудит і оподаткування», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри аудиту Гойло Н. В.

ДРОНИ: ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ В ПРОФЕСІЇ БУХГАЛТЕРА ТА АУДИТОРА

З розвитком інформаційних, цифрових та інших сучасних технологій економіки окремих країн та світова економіка в цілому змінюються і розширюють свої можливості для розвитку. Сьогодні до найбільш поширених і часто вживаних відносять наступні: штучний інтелект, віртуальна реальність, технології блокчейну, тривимірний друк, використання роботів та безпілотних літальних апаратів. Дані зміни призводять до нових можливостей безпосередньо у бухгалтерській професії.

Як стверджують регуляторні і законодавчі організації — комерційні безпілотники — це шлях майбутнього, що призведе до значних змін для будь-якої фірми, і професія бухгалтерів — не виняток, оскільки дані технології використовуються як додаткова послуга для покращення обліку, аудиту або оцінки активів.

Координатор Американського інституту дипломованих суспільних бухгалтерів Джулія Морріс, передбачає, що малі та середні фірми прийматимуть технологію безпілотних літаків як додаткову послугу для покращення планових аудитів або здійснення оцінки активів, у тому числі й виробничих запасів. Бухгалтери підприємств розглядають дрони як своєрідну службу аудиту, використовуючи їх для інвентаризації виробничих запасів при цьому заощаджуючи кошти.

За умов активного використання даних технологій у США у 2017 році робили прогноз, що глобальний ринок додатків безпілотних літаків становитиме100 мільярдів доларів США до 2020 року, і показник досягнув цієї позначки [3].

Метою даної роботи є дослідження особливостей використання дронів у професії бухгалтера та аудитора.

Для досягнення мети даної роботи використано наступні методи наукового дослідження: наукової абстракції та системного підходу, порівняння, аналізу та синтезу, графічних логіко-структурних схем, економічного, системного і статистичного аналізу, логічного узагальнення.

Методологічну і теоретичну базу даного дослідження складають наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених з використання сучасних інноваційних та інформаційних технологій, а саме безпілотних літальних апаратів, тобто дронів, у трансформуванні професії бухгалтера безпосередньо під час обліку виробничих запасів, а також аудиторській діяльності під час здійснення автоматизованого підрахунку готової продукції, запасів.

Дослідженням даного питання займаються наступні установи та організації на державно-законодавчому рівні: Американський інститут дипломованих суспільних бухгалтерів, Конфедерація бухгалтерів Азіатського і Тихоокеанського регіонів.

Дрон — безпілотний літальний апарат (БПЛА) — військового чи цивільного призначення, різновид військового робота; в ширшому сенсі — мобільний, автономний апарат, запрограмований на виконання якихось завдань (наприклад, автономні системи, створені для польоту, розроблені для виконання місій, потенційно небезпечних для людини) [2].

Для прикладу, компанії, що володіють масштабними родовищами корисних копалин або займаються їх видобутком використовують дрони за наступною схемою: дрони, пролітаючи над територією, передають низку зображень і вимірювань, що у результаті забезпечує точну оцінку запасів при використанні меншої кількості трудових ресурсів.

Компанії аграрного сектору використовують дані технології з метою обстеження земельних площ, компанії будівничого сектору — для вимірювання масштабних об’єктів, трейдери — для оцінки кількості, якості і складу наявних облікових об’єктів. Фахівці вважають, що дрони мають значний потенціал щодо застосування нових способів ведення бізнесу великих і малих бухгалтерських фірм, тобто в першу чергу в компаніях «Big 4»: KPMG, Delloite, PwC, EY.

Для бухгалтерів є можливість використовувати цю технологію для різкого прискорення деяких бізнес-процесів, одночасно автоматизуючи інші. Зарубіжний досвід підтверджує, що

зростає кількість фірм, що включають у свою діяльність дронів та використовують цей вид техніки для надання послуг своїм клієнтам.

Проте в Україні необхідно дотримуватись певних правил, оскільки з 1 червня 2018 року існують разючі обмеження для використання дронів в окремих сферах:

- польоти повинні виконуватися лише вдень;
- забороняються польоти над об'єктами під охороною, визначеними Міноборони, МВС, прикордонною службою, СБУ та іншими військовими та правоохоронними органами;
- заборонено літати над дорогами державного значення, промисловими зонами, електростанціями, залізничними станціями, морськими портами, сховищами палива, а також над виправними центрами, колоніями і СІЗО;
- заборона на польоти стосується місць аварій і катастроф, зон поліцейських, антитерористичних та спеціальних операцій і зон;
- центральні вулиці міст, селищ міського типу і сіл, залізні дороги державного і регіонального значення та лінії електропередачі можна перетинати, але не літати над ними [1].

У бухгалтерській професії, наприклад, фірми, що працюють з клієнтами, які володіють великими родовищами корисних копалин, або гірничодобувними операціями, можуть використовувати безпілотники, щоб перелітати територію, роблячи тисячі знімків та вимірювань. Потім відповідні компанії-консультанти можуть використовувати ці дані для точної оцінки та обліку виробничих запасів. Якщо дозволяють масштаби, то можна найняти кваліфікованого працівника, або створити відділ, що займатиметься даним питанням.

Також компанія PwC стверджує, що використання дронів — більш точний спосіб проведення робіт з оцінки ризиків: зображення, зняті на великих робочих майданчиках, можуть запропонувати новий спосіб забезпечення дотримання правил безпеки, з поглядів, які визначають, чи працівники носять захисні шоломи, щоб перевірити, чи крани чи інші важкі будівельні машини встановлені правильно навіть під час внутрішнього чи зовнішнього аудиту, наприклад, виробничих запасів.

Проте при використанні дронів варто враховувати економічний ефект, оскільки для виконання ним його господарської функції також необхідно:

- навісне обладнання (камери, системи обприскування тощо);
- програмне забезпечення (ПЗ);
- обслуговуючий персонал;
- місце для зберігання і ремонту [3].

З огляду на вище вказане можна запропонувати наступні варіанти широкого застосування дронів у професії бухгалтера та аудитора при обліку та оцінці виробничих запасів, а саме проведення інвентаризацій виробничих запасів (здійснюється на регулярній основі, тому економічно вигідно для великих підприємств). Найбільш ефективною дана діяльність буде у таких галузях:

- видобування корисних копалин;
- будівництво;
- авіа-, автомобіле- і в цілому транспортобудування;
- агросектор;
- деревообробні підприємства;

Здійснювати таку діяльність можна одним із двох шляхів:

- придбати дрон та всі необхідні комплектуючі до нього і поставити на баланс підприємства;
- скористатись послугами компанії-консультанта на аутсорсингових умовах.

Таким чином, з використанням даної інноваційної складової можна підвищити ефективність бухгалтерської та аудиторської діяльності.

Література:

1. Новий порядок використання дронів в Україні. URL: https://agrocity.kiev.ua/novij-poryadok-vikoristannya-droniv (дата звернення: 20.04.2020).

2. Дрони в сільському господарстві: облік і оподаткування. URL: https://buh-ua.com.ua/uk/doc/52176/drony-v-selskom-hozjajstve-uchet-i-nalogooblozhenie (дата звернення: 21.04.2020).

3. Courtney V. Using drones to enhance audits. Journal of Accountancy. 2018. URL: https://www.journalofaccountancy.com/podcast/using-drones-to-enhance-audits.html (Last accessed: 21.04.2020).

Дубовик М. Ф.
«Облік, аудит та оподаткування», 3 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — д.е.н., професор кафедри аудиту Петрик О. А.

ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ЇХ ВПЛИВ НА УПРАВЛІНСЬКУ ДІЯЛЬНІСТЬ

Роль цифрових технологій у розвитку економічних відносин проявляється у значному зростанні продуктивності праці, диверсифікації форм міжнародного обміну товарами, послугами та капіталами, підвищенні рівня інтеграції компаній на міжнародні ринки інформаційно-комунікаційних технологій. На нинішньому етапі еволюції суспільства цифрові технології мають важливе значення для посилення конкурентоспроможності країн на світовому ринку. Для створення нової конкурентної переваги необхідно мати чітко визначений план економічного розвитку, а це можливо досягти лише на основі використання результатів прогресу цифрових технологій у функціонуванні соціально-економічних систем. Тому, особливості формування та розвитку цифрового сектору, його фундаментальних засад та складових, зокрема в частині способів обробки та передачі даних, є визначальною умовою розвитку світового господарства. Нові цифрові технології є основним чинником диджиталізації, яка є переходом інформаційного поля на цифрові технології, тобто переведення певної інформації з аналогового у цифровий формат для полегшення її подальшого використання на сучасних електронних пристроях [1]. Актуальність даної тематики визначається тим, що продукти цифрової економіки стають каталізаторами позитивних змін у всіх секторах та галузях світової економіки, а її основою є платформи Інтернет, мобільного зв'язку та глобальні електронні мережі. «Наскрізні технології» (роботизація, технологія блокчейна, нейромережі, штучний інтелект, віртуальна і доповнена реальність) призводять до оптимізації виробництва, роботизації, віддаленого контролю, і як наслідок — скорочення і ліквідація робочих місць. Оскільки для того, що всі суспільні процеси функціонували злагоджено і не зникла потреба в кваліфікованих фахівцях, важливою умовою, на нашу думку, є створення нових та використання уже існуючих цифрових технологій «з розумом», оскільки провадження масштабної цифровізації може призвести до бездержавного роботизованого суспільства, де буде безконтрольно зростати роль штучного інтелекту; відбуватися зрощування інтелектуальної та фінансової еліт; зростати масове безробіття, та ініціюватиметься запровадження системи безумовного базового доходу.

Для розкриття сутності теми дослідження використовувались загальнонаукові методи дослідження. На основі діалектичного методу наукового пізнання здійснено аналіз і синтез загальних понять. Теоретичні аспекти опрацьовувались із застосуванням методів індукції та дедукції, за допомогою яких було визначено зміст та передумови раціоналізації використання цифрових технологій. Крім того, був проведений критичний аналіз наукових статей, в результаті чого було виявлено проблеми застосування цифрових технології та визначено перспективи цього процесу.

Дослідженням даної проблеми займались безліч як вітчизняних, так і зарубіжних науковців, зокрема такі: Л.В. Ємчук, Л.В. Джулій, Дж. Мартін, А. Кубраков, Ч.В. Кім, Р. Моборн, Д.В. Огородня, В.А. Опенько, Г.Т. Карчева.

Фахівці стверджують, що Digital-трансформація діяльності підприємств передбачає зміну ключових блоків їх діяльності: практичного досвіду роботи з покупцями / клієнтами, операційних бізнес-процесів, бізнес-моделі [4]. Кожен із цих блоків має елементи, які утворюють набір складових digital-трансформації. Розглянемо кожен блок та його елементи детальніше.

1. Трансформація практичного досвіду роботи з покупцями / клієнтами включає три елементи, такі як:

- розуміння переваг (підприємства використовують результати попередніх інвестицій у проведення маркетингових досліджень, здійснюють моніторинг соціальних мереж; створюють нові онлайн-спільноти для консультування і підвищення лояльності постійних клієнтів; змінюють структуру витрат за допомогою андеррайтингу та ціноутворення на основі маркетингової аналітики);
- персоналізація продажів (використовують digital-технології для збільшення обсягів особистих продажів із застосуванням різних девайсів і гаджетів; використовують мобільні інструменти, щоб допомогти продавцям у здійсненні аналітичного планування; концептуальні брендові магазини слугують в якості флагманів для власних інновацій у сфері digital-продажів; прагнуть поліпшити якість обслуговування клієнтів, спрощуючи бізнес-процеси на базі використання digital-плагіну);

➢ конструювання взаємовідносин (здійснюють комплексну багатоканальну комунікаційну діяльність, що вимагає подання та впровадження ІТ-інновацій у взаємовідносинах з клієнтами та внутрішніх операційних бізнес-процесах; пропонують самообслуговування клієнтам за допомогою digital-інструментів).

2. Трансформація операційних бізнес-процесів також передбачає:

➢ диджиталізацію бізнес-процесів (підприємства здійснюють автоматизацію даних для прийняття раціональних рішень; виходять за рамки традиційної автоматизації задля отримання додаткових конкурентних переваг; можуть централізувати функції персоналу, що заощаджує певні грошові кошти та, одночасно, дозволяє зосередитися співробітникам на збільшенні їх управлінських навичок і підвищенні рівня їх компетентності; є змога створювати повністю автоматизовані установки, що скорочує витрати на працю, покращує якість продукції і підвищує працездатність персоналу);

➢ віртуалізацію індивідуальної роботи співробітників (підприємства використовують у діяльності digital-технології, digital-інструменти, у тому числі додатки на гаджетах, зокрема для спільної роботи і відеоконференцій, ідентифікації думок експертів, здійснення консультацій в режимі онлайн, отримання доступу до єдиного глобального реєстру клієнтів підприємства);

➢ транзакційні системи продуктивності (керівники можуть використовувати digital-інструменти спільної роботи для стратегічного планування та фокусуються чіткіше на баченні можливих альтернатив вирішення існуючих проблем).

3. Трансформація бізнес-моделі» передбачає виокремлення таких основних видів бізнес-моделей:

➢ бізнес-модель підприємств з частковими digital-змінами (передбачає пошук способів збільшення фізичних можливостей підприємств за допомогою digital-пропозицій і використання digital-контенту для спільного використання в організаційних сховищах);

➢ бізнес-модель нових digital-підприємств (підприємства розширюють межі своєї діяльності за допомогою digital-технологій, що, у цілому, надає покупцям і клієнтам інтегрований багатоканальний досвід взаємодії в онлайн-просторі);

➢ адаптивна бізнес-модель підприємств з урахуванням тенденцій digital-глобалізації (глобальні спільні ІТ-служби підприємств підвищують ефективність їх діяльності і знижують ризики, а також сприяють глобальній гнучкості; підприємство може розміщувати виробничі потужності по всьому світу і контролювати у режимі онлайн збої у виробництві, приймати рішення з регулювання надлишкового попиту на ринку).

Нині, як показує практика, досить мало вітчизняних підприємств трансформувало повністю дев’ять елементів, зазначених вище, адже керівники обирають серед блоків лише ті, що, на їхню думку, є важливими для підприємства. Проте, на нашу думку, це є системною помилкою, оскільки при переході підприємства на новий рівень та збереженні його конкурентних переваг у сучасних умовах, необхідно максимально повно трансформувати свою діяльність.

Узагальненими прикладами цифрових технологій, які широко використовуються підприємствами в усьому світі є Big Data , Internet of Things, Artificial intelligence, ERP, BPM, Blockchain та ін. Зокрема, ІТ-компанія IBM розробила проект «Зелені горизонти», присвячений прогнозуванню якості повітря, згідно з яким місцева влада, отримавши цифрові результати, може вживати адміністративні заходи і приймати рішення в галузі нормування; Xarvio Digital Farming Solutions компанії BASF пропонує такі цифрові рішення, як «FIELD MANAGER» і «SCOUTING» для обробки та аналізу даних [3].

Отже, використання цифрових технологій має позитивний вплив на управлінську діяльність, оскільки керівники мають постійний доступ до згрупованої інформації, що допомагає у процесі аналізу діяльності підприємства зробити вірні висновки та уникнути певних ризиків; забезпечує постійний зв’язок із підлеглими та здійснення управління «на відстані»; забезпечує постійний контакт із споживачем, сприяє полегшенню процесу розробки стратегії. На нашу думку, суттєвою перешкодою на шляху цифровізації економіки України є не повністю адаптована до цього процесу нормативно-правова база. Для вирішення проблеми на різних рівнях управління слід розробити відповідні стратегії, що будуть передбачати конкретний план заходів на рівні державних і регіональних програм, окремих суб’єктів господарювання для їх успішного розвитку на основі цифровізації.

Література:

1. The Global Information Technology Report. Growth and Jobs in a Hyperconnected World. *World Economic Forum and INSEAD*. URL: www.weforum.org (дата доступу 14.04.2020).

2. Europa-2020. A European strategy for smart, sustainable and inclusive growth URL: http://ec.europa.eu (дата звернення 14.04.2020).

3. Чистые технологии и устойчивое развитие : информ. бюл. *Искусственный интеллект: технология, за которой следит весь мир*. 2019. Вып. 6. URL: https://www.ey.com (дата звернення 14.04.2020).

4. Доклад о цифровой экономике 2019. Создание стоимости и получение выгод: последствия для развивающихся стран. URL: https://unctad.org (дата звернення 14.04.2020).

Піщікова К. А., Крашеніннікова О. В.
«Економічна кібернетика»,3 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри аудиту Самборський О. В.

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ АВТОМАТИЗОВАНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В АУДИТОРСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

У даній роботі досліджується проблема автоматизації аудиторської діяльності з метою підвищення рівня ефективності роботи аудитора.

В часи активного розвитку інформаційних систем та технологій у будь-якій сфері життєдіяльності, актуальність даного питання є безумовною, оскільки автоматизація аудиторської діяльності охоплює весь комплекс складних прикладних проблем, пов'язаних із застосуванням інформаційних комп'ютерних фінансової звітності підприємств та оцінці ризиків аудитора , оцінці ефективності і надійності інформаційних систем підприємств, а також організації роботи аудиторських фірм в сучасних умовах.

Дослідженню даного питання приділяли увагу багато вчених. Серед них Н. Дорош, М. Білуха, В. Гетьман, М. Дем'яненко, Г. Кірєйцева, А. Кузьмінський, Л. Кулаковська, В. Линник, Ю. Литвин, М. Огійчук, В. Палій, Г. Підлісецький, О. Петрик, Л. Сук, Б. Усач та ін.

Для України, як для країни, що розвивається, особливо важливо впровадження автоматизованих інформаційних систем. Зараз практично кожне підприємство для ведення бухгалтерського обліку використовує спеціалізовані комп'ютерні програми. Найбільш відомі з них – це 1С: Бухгалтерія, Інфо-Бухгалтер, Фрегат-Бухгалтерія, ВС-Бухгалтерія, Контур-Бухгалтерія тощо. Серед більш комплексних та багатофункціональних програм можна виокремити SAP та XBRL – широко використовувані у світі відкриті стандарти обміну діловою інформацією.

Висока конкуренція в аудиторсько-консалтинговому бізнесі, яка до того ж постійно підвищується, змушує компанії знаходити все нові шляхи збільшення ефективності діяльності. Велика роль відводиться пошуку рішень підвищення якості послуг, що надаються за допомогою застосування спеціалізованих програмних засобів. Тому виникають проблеми в сфері автоматизації аудиту.

Використання програм аудиторами в ході перевірок інформаційних систем відповідних програмних продуктів для обробки документації клієнта і складання аудиторських робочих документів дозволяє економити час, підвищує точність, робить роботу менш трудомісткою, збільшує продуктивність праці, а також дає безліч інших плюсів користувачам. Уніфікація робочих документів аудитора при використанні програмних продуктів підвищує якість роботи аудитора та сприяє проходженню перевірок суб'єктів аудиторської діяльності з контролю якості на дотримання міжнародних стандартів аудиту. Незважаючи на очевидні переваги, автоматизація має чимало особливостей і проблем, які вимагають свого вирішення.

Серед згаданих вище проблем можна виділити наступні:

10. Небажання підприємств переходити на новий рівень бізнес-організацій через ряд причин, серед яких найчастіше є вартість програмного забезпечення;
11. Різна галузева спеціалізація клієнтів аудиторських фірм;
12. Створення програм автоматизації аудиту на замовлення;
13. Застосування клієнтами аудиторських фірм різного програмного забезпечення для ведення бухгалтерського обліку;
14. Великий обсяг даних, складність і динамічність нормативної бази;
15. Інформаційна безпека даних;
16. Питання безперервності даних;
17. Оптимізація аудиторської діяльності шляхом зменшення фактору вибірковості даних;

Обмежена кількість пропозицій програмних продуктів для аудитора.

Якщо проаналізувати приведені вище проблеми, на наш погляд, існує недостатня вмотивованість аудиторських компаній в системах автоматизації, призначених для аудиторської діяльності. Із цим фактором тісно пов'язана проблема необхідності освоєння співробітниками підприємства нової програми для практичного застосування в роботі. Мова йде не про середні та маленькі підприємства, використання програмного забезпечення в роботі яких відбувається на простому рівні, а про великі підприємства, в яких потрібно створювати робочу групу, яка детально проаналізує можливості програмного забезпечення. Після прийняття рішення про можливість і доцільності застосування і програмного забезпечення в аудиторській фірмі призначається відповідальна особа, затверджуються терміни окремих етапів проекту по впровадженню, проводиться навчання співробітників [5].

Зрозуміло, що для навчання роботі працівників в новій програмі потрібен час. Проте, при усвідомленні керівником аудиторської фірми важливості автоматизації аудиту як способу економії на часу обробки інформації, відбувається економія часу виконання роботи працівниками в перспективі, підвищення якості послуг, що надаються, збільшення продуктивності праці співробітників.

Часто ініціація здійснення нововведень обмежується фінансовими можливостями компанії, оскільки керівники аудиторських фірм розцінюють вартість аудиторських програм зависокою. Але зараз є різні пакети програм, тому кожна фірма може обрати той тариф, що підходить для неї.

Стримуючий фактором поширення автоматизації аудиту виступає різна галузева спеціалізація клієнтів аудиторських фірм, що при динамічно мінливому законодавстві не дозволяє зробити деталізовану настройку спеціалізованих систем, відповідну абсолютно для всіх користувачів. Наступною причиною, що сповільнює автоматизацію аудиту — велика, складна і динамічна нормативна база. Забезпечення доступу до інформаційно-довідкових систем скороти час при прийнятті рішення в процесі проведення аудиту Безперервність, один з принципів бухгалтерського обліку і постулат сприйняття того, що підприємство спрямоване на продовження і розвиток своєї діяльності у майбутньому, ніяк її не обмежує. Дана проблема особливо актуальна у наші часи, коли на фоні пандемії велика кількість підприємств згорнула свою діяльність і постає питання про їх майбутні вектори розвитку [2, 3].

Питання вибірковості даних, які перевіряє аудиторська служба, також є однією із проблем, яку можна вирішити шляхом автоматизації даних. Звичайно, перед візитом на підприємство аудитори проводять невелику роботу стосовно фінансової звітності компанії, але наявність уніфікованого порядку перевірки для певної сфери господарювання, підкріпленого вдалим програмним забезпеченням, зможе оптимізувати роботу аудиторської служби. Якісний аудит підприємства, на наш погляд, включає перевірку зовнішнього (постачання) та внутрішнього клімату. Окремою ланкою є перегляд необов`язкової, але такої важливої звітності про соціальну відповідальності із якісними екологічними, гендерними показниками, яка може бути одним з елементів впевненості аудитора при підготовці висновку.

Іще однією проблемою, яка постає на шляху автоматизації аудиторської діяльності — проблема забезпечення інформаційної безпеки. Здавалося б, це одна із основних задач, яку потрібно ставити перед господарюючими суб'єктами. Однак, огляд економічних злочинів в Україні, а саме кіберзлочинності, проведений показав, що майже половина опитаних компаній не проводила для співробітників ніяких тренінгів в області інформаційної безпеки. Схожа тенденція спостерігається і в аудиті, не дивлячись на те, що в даній області повна конфіденційність є основоположним принципом [4].

Для розробників програмного забезпечення для аудиту полягає в тому, що, по-перше, підбір інформації повинен здійснюватися спеціалістами – методологами і безперервно актуалізуватися; по-друге, має бути забезпечено єдиний підхід різних фахівців до перевірки. Окрім цього, програма повинна бути проста у використанні і підходити різними аудиторськими компаніями і аудиторам.

Для вирішення проблем автоматизації ми пропонуємо наступні рішення:

7. Створити самостійні або вмонтовані програми-конвертори, що володіють розвиненою системою розпізнавання різних структур файлів для автоматичної настройки аудиторської системи;
8. Розробити комп'ютерні системи, які будуть спеціалізуватися на аудиторській діяльності та прекрасно сумісні із бухгалтерськими комп'ютерними програмами. Це допоможе оптимізувати питання сумісності програмного забезпечення та уникнути переважної більшості помилок, які мають технічну природу.

9. Переклад бухгалтерського та аудиторського програмного забезпечення на уніфікований для всієї країни формат [1].

Отже, у наш час прослідковується тенденція автоматизації всіх процесів і аудиторська діяльність не є виключенням. Уже розроблено достатньо велику кількість уніфікованих програм та аудиторського ПЗ, направленого на окрему галузь. Проте, навіть при такій різноманітності існує ряд проблем. Основним блоком автоматизованих інформаційних технологій в аудиті є проблеми, пов`язані із даними. Серед них питання безперервності та вибірковості даних при аудиторській діяльності, а також проблема безпеки кількісних та якісних показників.

Література:

1. Автоматизація аудиторської діяльності. URL: http://stek-audit.tiu.ru/a16991-avtomatizatsiyaauditorskoj-deyatelnosti.html.
2. Автоматизація аудиту та його послуг. URL: http://www.docaudit.ru/programms/.
3. Белоусова І. Н., Сидорова Ю. О. Автоматизація аудиту та аудиторських послуг. URL: http://www.kit-audit.com.ua/statti/zapisbezzagolovka.
4. Міжнародні стандарти аудиту. URL: http://proaudit.com.ua/audit/mijnarodni_standarti_auditu/mizhnarodni-standarti-audituangliiskoyu-movoyu.html.
5. Проблеми автоматизації аудиту. URL: http://www.auditit.ru/articles/audit/a104/44649.html.

Савченко Ю. В.
“Публічне управління та адміністрування”, 3 курс
ДВНЗ “ Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана”
Науковий керівник — к.е.н. доцент кафедри аудиту Ісай О. В/

НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ У СТВОРЕННІ ІННОВАЦІЙНИХ СИСТЕМ ДЛЯ ОБЛІКУ, АНАЛІЗУ ТА АУДИТУ

Сучасність наразі все частіше називають шлях інноваційного прогресу, тобто суспільство в якому більше працюють над виробництвом, переробкою та реалізацією інформаційно-інтелектуальних багатств. Цей попит спричинився стрімким прагненням людства спростити свої рутинні та буденні справи. Технології зайняли перше місце в житті будь якої людини, але дивлячись на сферу ведення обліку, чи аналізу та аудиту внутрішніх систем підприємства можна стверджувати, що ця сфера потребує розробки відповідного забезпечення. У досліджені наявні новітні технологій у сфері управління, обліку, аналізу та аудиту підприємства, доведена необхідність у створенні більш гнучких інноваційних систем. Дослідження допоможуть малим підприємствам зрозуміти всю важливість використання новітніх систем у сфері внутрішнього обліку, аналізу та аудиту підприємства.

Метою є дослідити трансформацію інновацій у сфері обліку, аналізу та аудиту, обґрунтувати необхідність подальшого розвитку у створенні інформаційного підґрунтя для підприємств задля легкого використання новітніх технологій виходячи з специфіки XI століття.

Огляд фахової літератури засвідчив, що питанням контролю та аудиту в умовах застосування інформаційних технологій присвячено низку фундаментальних праць зарубіжних авторів, таких як М. Васархелай, Р. Вебер, Б. Дженкінс, П. Квест, К. Кловз, Д. Кодерр, П. Кук, Б. Одінцов, В. Палій, Д. Панков, В. Подольський, А. Романов, Т. Синглтон, Я. Соколов, Дж. Хантон, Дж. Холл, Е. Чамберс. Питання застосування комп’ютерів в аудиті в тому числі розглядали також М. Абдолмохаммаді, Г. Боднар, П. Вільямс, А. Вільямсон, Дж. Ван Дійк, Р. Каскарино, Дж. Робертсон, В. Хопвуд. Проте, потребує подальших досліджень специфіки сучасного розвитку обліку, розробки концепції управління інноваційною діяльністю в обліку.

Постійні тенденції позитивного значення за останні роки в економіці країни, зросли, та за собою підтягнули конкурентоспроможність у багатьох галузях країни, що свідчить про перехід до нової ери ведення бізнесу. Світова криза 2008-2009 роках започаткувала ряд проблем в внутрішніх справах бізнесу яке потягнуло за собою неефективне використання: людських ресурсів; фінансових та матеріальних ресурсів тощо. Результатом було шалене зростання контролю за всіма сторонами діяльності підприємств. А оскільки бізнес процеси переважно за-

лежать від інформаційних технологій, то програмні і технічні компоненти інформаційних систем займають найважливіше місце при здійсненні контролю діяльності підприємства. Наслідком є попит на програмні забезпечення, системи контролю, аналізування даних, спрощені системи обліку та аудиту. Загалом, якщо роздивлятися контрольну сферу підприємства, то всі комп'ютерні технологій поділяються на програмне забезпечення та контрольні дані. В системі контролю підприємства застосовують систему комп'ютер-людина, це значить, що функції контролю поділяються на: що може виконати комп'ютер (програмне забезпечення); що може виконати людина (контрольні дані). Фактично відбувається введення господарських операцій в комп'ютер, а отримані дані аналізуються комп'ютером. На сьогодні найбільш поширеною системою звітування є XBRL (eXtensible Business Mark-up Language — розширювана мова розмітки ділового звітування). Ця платформа є базою для безперервного звітування, але вона безпосередньо потребує контролю.

Комп'ютеризація обліку та бізнесу суттєво впливає на здійснення внутрішньогосподарського контролю та проведення аудиту. У сучасній світовій практиці здійснення внутрішньогосподарського контролю та аудиту використовуються різні специфічні методи та технології контролю функціонування інформаційних систем та технологій. Основою обліку є документація, та через людський фактор може статися помилка. Задля збереження достовірності інформації, загалом інформація покладена в документацію не відповідає фактичному показнику в процесі обробки облікової інформації. Тому аудитору слід переконатися у відповідності проекту фактичному обліковому процесу, перевірити правильність обробки інформації. Технологічний процес має забезпечити автоматизацію контролю, правильності обробки інформації та виправлення виявлених помилок. Але всі існуючі системи мають свої недоліки, як перегляд результатів обробки облікової інформації (журналів реєстрації) який вимагає досить багато часу, перегляд коду програми яка вимагає ґрунтовного знання програмування. Але навіть недоліки можна спростити завдяки використанням спеціалізованого програмного забезпечення. Наприклад, для аналізу та порівняння текстів, можна використовувати Compare It (www.grigsoft.com), WinMerge (http://winmerge.org). За допомогою таких програм порівнюють початковий текст програми з контрольною версією або об'єктну програму з аудиторською версією. Комп'ютер може стати інструментом аудитора, що дає змогу не тільки скоротити час та заощадити кошти при проведенні аудиту, а й провести якісну перевірку прикладом такої платформи є комп'ютерна методика (CAATs — computer assisted audit techniques).

У світовій практиці аудиту ширше використовують (Integrated test facility approach — ITF), який включає як використання тестових операцій, так і створення певних уявних об'єктів аналітичного обліку (дебіторів, кредиторів, працівників, матеріальних цінностей тощо). На українській практиці способом перевірки облікового програмного забезпечення є його опосередкована перевірка за допомогою спеціальних бухгалтерських програм, підготовлених аудиторською фірмою.

Значним проривом є програмне моделювання діяльності підприємств які підтримують методику IDEF (www.idef.com) для складання схем бізнес-процесів. Сьогодні служби внутрішнього аудиту зазнають впливу лише обмеженого обсягу технологій, серед яких система планування ресурсів підприємства (ERP), хмарна технологія, масиви даних та аналітика. Згідно з вищезазначеним перелік технологій, на яких повинні розумітися служби внутрішнього аудиту, швидко розширюється.

Наше уявлення про майбутнє щодня змінюється завдяки інноваційним технологіям, з якими в наше життя приходить широкий спектр ризиків та можливостей. Саме тому служби внутрішнього аудиту, аналізу та обліку зобов'язані не лише досконально розуміти вплив інновацій на характер ризику своєї організації, а й у повній мірі приймати їх у своїй роботі. Усім службам внутрішнього аудиту необхідно якомога ефективніше підготуватися до пов'язаних із новітніми технологіями та інноваціями ризиків, з якими їм доведеться працювати.

Системам обліку та аналізу треба впроваджувати інформаційні технології для отримання підсумкових даних потрібні для здійснення всіх без винятку управлінських функцій, в тому числі й контролю. Вважаю доцільним запропонувати створення системи аудиту потенціалу інноваційного розвитку підприємства, яка спрямована на досягнення його цілей. Вона базується на моніторингу результатів (економічних, наукових, техніко-технологічних, ринкових, соціальних) інноваційної діяльності та їх аналізі, визначенні причин невідповідності плановому рівню потенціалу, впровадженні заходів, які забезпечують підвищення рівня інноваційної активності підприємства. Бо інформаційні технології надають інструменти для багатьох

контрольних технологій, оскільки ІТ включає такі компоненти як процеси людей, фізичну інфраструктуру та технічну.

Література:

1. Бардаш С.В. Сутність та значення аудиту і ревізії у практиці контрольної діяльності. *Облік і фінанси АПК*. 2008. № 2. С. 152–157.
2. Бутинець Ф.Ф. Предмет и объекты контроля в сельскохозяйственных предприятиях. К.: УСХА, 1976. 108 с.
3. Валуев Б.И. Проблемы развития учета в промышленности. М.: Финансы и статистика, 1984. 215 с.
4. Гутцайт Е.М. Аудит: концепция, проблемы, стандарты. М.: Современная экономика и право, 2000. 80 с.
5. Завгородній В.П. Автоматизація бухгалтерського обліку, контролю, аналізу та аудиту. К.: А.С.К. 1998. 768 с.
6. Івахненков С.В. Комп'ютерний аудит: контрольні методики і технології. Наукове видання. К.: Знання. 2005. 286 с.
7. Івахненков С.В. Сучасні інформаційні технології управління підприємством та бухгалтерія: проблеми і виклики. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2006. № 4. С. 52-58.
8. Лиса О.В. Особливості проведення аудиту в комп'ютерному середовищі. *Розвиток науки про бухгалтерський облік*: Зб. тез та виступів на наук. конф. Ч.1. Житомир: ЖІТІ. 2000. 252с.
9. Рух з інноваційною швидкістю [Електронний ресурс]: Високотехнологічна служба внутрішнього аудиту: ключовий інструментарій і кадрова стратегія. 2018. URL: https://www.pwc.com/ua/uk/survey/2018/pwc-2018-state-of-the-internal-audit-ukr.pdf.
10. Івахненков С.В. Інформаційні технології аудиту та внутрішньогосподарського контролю в контексті світової інтеграції. Наукове видання. Житомир: ПП «Рута» 2010. 432 с.

Норенко Є. О.
«Облік і оподаткування», 3 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., професор кафедри обліку в кредитних і бюджетних установах та економічного аналізу Калабухова С. В.

ЗАСТОСУВАННЯ CVP-АНАЛІЗУ ПРИ ПРИЙНЯТТІ РІШЕНЬ ПРО МАСШТАБИ ДІЯЛЬНОСТІ

Вступ. CVP-аналіз є одним з найвикористовуваніших інструментів в управлінському обліку, який забезпечує внутрішні потреби управління, такі як оцінка альтернативних сценаріїв продажів, складання бюджету та оцінка ефективності, а також зовнішні потреби бізнесу (прогнози інвесторів та аналітиків щодо прибутку від продажу). Співвідношення CVP засноване на стандартній моделі постійних і змінних витрат, що передбачає лінійну залежність між продажами і витратами, а отже, між продажами та прибутками. Сфери цього аналізу включають: планування прибутку, контрольні рішення, заміна товару, рішення про ціни, вибір каналів дистрибуції, визначення обсягу виробництва та продажу, вимірювання продуктивності при виході на новий ринок. Вочевидь, що модель CVP-аналізу трактується як з точки зору прийняття тактичних виробничих та збутових рішень, так і з точки зору прийняття стратегічних рішень. Втім, в обох випадках, ключовою величиною є беззбитковий масштаб діяльності.

Методи дослідження. Основою дослідження є методи наукового пізнання, зокрема абстрагування — використано при уявному виокремленні суттєвих, істотних факторів беззбитковості, а відтак й безперервності, діяльності; аналіз і синтез — застосовано для конкретизації закономірностей при прийнятті рішень про масштаби діяльності; індукція і дедукція — використано при формулюванні висновків про застосування моделі CVP-аналізу при прийнятті рішень про беззбиткові масштаби діяльності в українській практиці; контент-аналіз — застосовано для оцінювання характеристик інформації про модель CVP- аналізу в текстах наукових публікацій.

Огляд фахової літератури. У публікації македонських дослідників проведено дослідження того, наскільки аналіз витрат, обсягу та прибутку (CVP) використовується для планування та прийняття рішення в бізнес-середовищі. В статті було розглянуто дві основні гіпотези: чи існують значні зв'язки між виробничими підприємствами, підприємствами обслуговування та замовниками; чи тісно пов'язаний аналіз витрат-обсягу-прибутку із плануванням та прийняттям рішень у бізнес-середовищі. Автори зазначають, що є два методи такого аналізу. Перший метод — це графічний підхід, який є дуже корисним, оскільки він висвітлює відносини між витратами-обсягом-прибутком у більш широкому плані. Другий метод — це алгебраїчний підхід, який допомагає включити маржинальний прибуток, звітність про прибутки та зробити оцінку декількох факторів витрат-обсягу-прибутку (ціна продажу за одиницю, змінні витрати на одиницю, постійні витрати на продаж, цільовий прибуток) [1].

У публікації бразильських науковців досліджено фінансовий вплив, який був визначений шляхом проведення CVP аналізу логістичних витрат, на прийняття логістичних рішень. Автори використовували емпіричне дослідження структури фірми, яка досліджувалась, її стратегії та операцій; провели аналіз фінансових даних, прогнозування продажів, даних минулих продажів за географічним регіоном та регуляторними нормами. Першим кроком CVP аналізу була оцінка, як саме продукт вносить свій внесок у загальний дохід. Наступним було перерахування ціни кожного товару та орієнтованих змінних витрат. Потім проводився аналіз зі складанням поточних постійних витрат та оцінки витрат пов'язаних зі створенням необхідної фізичної інфраструктури нового центру збуту [2].

Основною проблемою дослідження румунських дослідників було вивчення принципів, цілей та корисності аналізу витрат-обсягу-прибутку для управління продуктивністю. Автори пояснюють, що даний аналіз є загальновживаним інструментом, що надає керівнику корисну інформацію для прийняття рішень, та виокремлюють такі його принципи: поведінка витрат і доходів є лінійною; ціна продажу є постійною; загальну вартість можна розділити на постійні та змінні елементи; фіксована загальна вартість залишається постійною; загальна змінна вартість пропорційна обсягу діяльності; обсяг діяльності — єдина одиниця витрат; викупні ціни на необхідні для виробництва матеріали постійні [3].

Огляд публікацій показав, що у світовій практиці існують різні підходи до застосування моделі CVP-аналізу при прийнятті рішень.

Результати дослідження. Маржинальний (операційний) аналіз взаємозв'язку «витрати — масштаб діяльності — прибуток» або CVP-аналіз (Cost — Volume — Profit, CVP analysis) базується на моделі формування маржинального доходу як різниці середньої ціни реалізації продукції та середніх змінних витрат на одиницю продукції. Оскільки максимізація валової маржі є однією з головних цілей управлінського персоналу суб'єкта господарювання, адже саме вона є джерелом покриття постійних витрат і формування операційного прибутку, загалом у фаховій літературі за методикою маржинального аналізу операційний прибуток визначається за моделлю [4, с. 214]:

$$EBIT = X \times (p - b) - a, \quad (1)$$

де *EBIT*-фінансовий результат від операційної діяльності, грн.; X — масштаб діяльності, в одиницях; p — середня ціна одиниці продукції, грн; b — середні змінні витрати на одиницю продукції, грн; a — середнє значення суми сукупних постійних витрат підприємства.

Для визначення необхідного рівня масштабів діяльності цю формулу необхідно трансформувати у такий вигляд (формула 2):

$$X = (EBIT + a) / (p - b) \quad (2)$$

Ця формула дозволяє спрогнозувати необхідний кількісний обсяг реалізації для отримання цільового прибутку. Якщо підприємство випускає продукцію в асортименті, цю формулу пропонується доповнити ваговим коефіцієнтом (k), що вказує на частку окремої асортиментної групи (i) у структурі асортименту (формула 3).

$$X = (EBIT + a) / \sum(p_i - b_i) \times k_i \quad (3)$$

За допомогою отриманої формули (3) уможливлюється вибір кращої альтернативи при прийнятті асортиментного рішення про кількісні обсяги реалізації кожної асортиментної групи, щоби отримати цільовий операційний прибуток по всьому підприємству. Реалізацію процедури аналітичного забезпечення прийняття рішення про масштаб діяльності для отримання цільового значення операційного прибутку із застосуванням моделі CVP-аналізу запропоновано у табл.1.

Таблиця 1

ПРИЙНЯТТЯ РІШЕННЯ ПРО МАСШТАБИ ДІЯЛЬНОСТІ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ МОДЕЛІ CVP-АНАЛІЗУ

Параметри і критерій управлінської проблеми	***Фактичні дані: отриманий прибуток 240500 грн***	***Альтернатива: отримати цільовий прибуток 300 000 грн***
1. Структура асортименту, k	37,8% + 32,1% + 30,1% = 100%	37,8% + 32,1% + 30,1% = 100%
2. Операційний прибуток (EBIT), грн	240 500	300 000 (цільовий)
3. Сукупні постійні витрати (a)	720 000	720 000
4. Сукупний маржинальний прибуток (EBIT + a), грн (п.2 + п.3)	240 500 + 720 000 = 960 500	300 000 + 720 000 = 1 020 000
5. Маржинальний прибуток на 1-цю продукції окремої асортиментної групи ($p_i - b_i$), грн	4,9; 5,7; 4,3	4,9; 5,7; 4,3
Аналітичні процедури:		
Розрахунок беззбиткового кількісного обсягу реалізації (X при EBIT=0), кг	$X = (EBIT + a) / \sum(p_i - b_i) \times k_i$	
	$\frac{0 + 720000}{4,9 \times 0,378 + 5,7 \times 0,321 + 4,3 \times 0,301} = 144689$	
Розрахунок необхідного кількісного обсягу реалізації, кг у тому числі:	$\frac{240500 + 720000}{4,9762} = 193019$	$\frac{300000 + 720000}{4,9762} = 204976$
- асортиментна група 1 (37,8 %)	193019 × 0,378 = 72 961	204976 × 0,378 = 77 481
- асортиментна група 2 (32,1 %)	193019 × 0,321 = 61 959	204976 × 0,321 = 65 797
- асортиментна група 3 (30,1 %)	193019 × 0,301 = 58 099	204976 × 0,301 = 61 698

Як видно з табл. 1, для того, щоби отримати цільовий операційний прибуток у сумі 300 тис. грн при наявній структурі асортименту, підприємству необхідно реалізувати 77 481 кг продукції асортиментної групи 1, 65 797 кг продукції асортиментної групи 2 та 61 698 кг продукції асортиментної групи 3.

Висновки і пропозиції. CVP (Cost-Volume-Profit) аналіз є одним із найголовніших інструментів прийняття рішень про обсяги реалізації при здійсненні підприємницької діяльності. CVP аналіз є загальновживаним інструментом, який надає керівництву корисну інформацію, щоб виробити раціональні рішення, коли компанія прогнозує наслідки діяльності щодо вартості, обсягу та впровадження продукту.

Література:

1. Enkeleda Lulaj, Etem Iseni. Role of analysis CVP (cost-volume-profit) as important indicator for planning and making decisions in the business environment. *European Journal of Economics and Business Studies.* 2018. Vol.4 № 2. P. 99–114. URL: http://archive.sciendo.com/EJES/ejes.2018.4.issue-2/ejes-2018-0043/ejes-2018-0043.pdf (дата звернення 19.04.2020).
2. Ana Paula Beck da Silva Etgesa, Rafael Calegaria, Marisa Ignez dos Santos Rhodena, Marcelo Nogueira Cortimiglia. Using Cost-Volume-Profit to analyze the viability of implementing a new distribution center. *Brazilian Journal of Operations & Production Management.* 2016. № 13. P. 44–50. URL: https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/194470/000989523.pdf?sequence=1&isAllowed=y (дата звернення 20.04.2020).
3. Armean D. and Ardeleanu M.-L. Performance management by CVP analysis. *Business Excellence and Management*. 2017. Vol. 7. № 2. P. 72–93. URL: http://beman.ase.ro/no72/5.pdf (дата звернення 21.04.2020).
4. Калабухова С.В. Уніфікація аналітичних процедур в умовах стандартизації бухгалтерського обліку та аудиту: монографія. Київ: КНЕУ, 2019. 431 с.

Післегіна Т. С.
«Облік і оподаткування», 3 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., професор кафедри обліку в кредитних і бюджетних установах та економічного аналізу Калабухова С. В.

ЗАСТОСУВАННЯ МОДЕЛІ CAPM ПРИ ПРИЙНЯТТІ РІШЕНЬ ПРО ФІНАНСОВІ ІНВЕСТИЦІЇ

Вступ. Модель CAPM (Capital Asset Pricing Model) є фундаментальним внеском у світову науку та практику до розуміння детермінант цін фінансових активів та прийняття рішень про фінансові інвестиції в акції. CAPM стверджує, що володіючи диверсифікованими фінансовими активами інвестори збільшують очікувану доходність портфеля цінних паперів та підвищують його ціну. Більше того, інвестори, які тримають недиверсифіковані портфелі, скоріше за все приймають системні ризики, за які вони не отримують винагороди. В результаті застосування моделі, не зважаючи на її змішане емпіричне функціонування, отримуються висновки про зв'язок між очікуваною доходністю та ризиками; розуміння того, як інвестори мають розподіляти свої інвестиційні портфелі, а також вирішується питання щодо вимірювання результатів функціонування та створення інвестиційних бюджетів.

Методи дослідження. Основою дослідження є методи наукового пізнання, зокрема абстрагування — використано при уявному виокремленні суттєвих, істотних факторів доходності портфелів цінних паперів; аналіз і синтез — застосовано для конкретизації закономірностей при прийнятті рішень про фінансові інвестиції в акції; індукція і дедукція — використано при формулюванні висновків про застосування моделі CAPM в українській практиці; контент-аналіз — застосовано для оцінювання характеристик інформації про модель CAPM в текстах наукових публікацій.

Огляд фахової літератури. У публікації індійських дослідників Shweta Bajpai, Anil K Sharma проведено емпіричне дослідження на індійському ринку акцій, яке тривало десять років. Ця робота була обумовлена тим, що схожі дослідження проводили у розвинутих рин-

ках, тоді як ринки, що розвиваються, мають обмежений досвід, пов'язаний з тестуванням CAPM. Ще однією причиною була неоднозначність думок серед науковців щодо ефективності використання даної моделі та причин, які впливають на результат [1].

У публікації іспанських дослідників Maria-Teresa Bosch-Badia, Joan Montllor-Serrats, Maria-Antonia Tarrazon-Rodon автори намагаються відповісти на найбільш актуальні питання інвесторів, серед яких наступні: яка повинна бути мінімальна премія за ризик, що повинен досягти фінансовий актив, щоб перебувати у довготерміновому користуванні; як можна проаналізувати, чи ефективність активу виправдовує кошти, інвестовані в нього; як можна застосувати оптимізацію для подальшого аналізу ефективності. Також ці автори аналізують активи всередині портфеля за допомогою різних аналітичних інструментів, включаючи модель CAPM (Capital Asset Pricing Model), яка є основоположною в цьому дослідженні, та визначають їх ефективність на практиці [2].

Головною метою досліджень, описаних в публікації австрійських дослідників Kilian Altenberger, Elias Danzl, Alexander Moßhammer, є проведення емпіричного дослідження моделі ціноутворення капітальних активів, а саме дослідження прибутковості від акцій трьох компаній: Kellogg Company, KB Financial Group Inc. та Kate Spade & Company, що утворюють вигаданий ринок. Для дослідження авторами розглянуті основні показники фірм, включаючи ринкову ціну акцій, прибуток на акцію, дохід на акціонерний капітал, коефіцієнти кореляції та коваріації, бета-коефіцієнт [3].

Огляд публікацій показав, що у світовій практиці існують різні підходи до застосування моделі CAPM при прийнятті рішень про фінансові інвестиції в акції.

Результати дослідження. Модель CAPM забезпечує прийняття інвестиційних рішень на основі інформації про очікувану доходність фінансових інвестицій (Ri) при довгостроковому інвестуванні в акції та рівень можливого ризику втрати емітентом ринкової репутації та базується на розрахунку (формула 1):

$$R_i = R_0 + \beta_i \times (R_m — R_0) \quad (1)$$

де R_0 — доходність безризикових цінних паперів (наприклад, облігацій внутрішньої державної позики, у 2019 році в Україні ≈ 15 %); β_i — бета-коефіцієнт емітента акції, R_m — середня доходність акцій на ринку цінних паперів у поточному періоді; різниця (R_m — R_0) показує величину премії, на яку очікує інвестор, готовий інвестувати в акції.

Бета-коефіцієнт емітента акції (β_i) є спеціальним фінансовим показником, який використовується для вимірювання величини систематичного ризику фінансових інвестицій в акції об'єкту інвестування. Він характеризує чутливість (мінливість) доходу даного виду цінних паперів та відображає амплітуду коливань цін на акції конкретної компанії порівняно зі зміною цін на акції по всіх компаніях на даному сегменті ринку. Значення $\beta_i < 1$ означає, що фінансові інвестиції в акції такого емітента є менш ризикованими, ніж в середньому на ринку.

Щоб перевірити обґрунтованість моделі CAPM на ринках, що розвиваються, необхідно проводити її тестування у дві стадії з оцінкою регресії по десятьох портфелях, створених у кожному із двадцяти дев'яти підперіодів окремо. Крім цього, щоб перевірити обґрунтованість моделі CAPM, потрібно розглядати два фактори: термін перехоплення та термін премії за ринковий ризик [1]. Для дослідження краще використовувати акції, якими активно торгували протягом всього періоду. Результати досліджень індійських вчених показали, що CAPM (Capital Asset Pricing Model) є найбільш фундаментальною та популярною моделлю в ціноутворенні активів, а також дуже ефективною на індійському ринку акцій. Ця модель забезпечує рівноважний зв'язок між ризиком та віддачею, що допомагає виявити занижену ціну та завищені активи. При цьому, тільки системний ризик портфеля цінних паперів за бета-коефіцієнтом емітента акцій є єдиним фактором, який допомагає пояснити процес прибутковості ризикових активів.

Також при застуванні моделі CAPM при прийнятті рішень про фінансові інвестиції в акції необхідно використовувати такі показники як: чиста премія за ризик, SML, коефіцієнт Трейнора та модель Mean-Gini; лінія ринку капіталу, портфель мінімальної дисперсії (MVP) (це певний портфель, який може складатися з будь-яких можливих комбінацій всіх доступних активів; даний портфель має найнижче стандартне відхилення), ринковий портфель, 50:50 портфель [2]. Незважаючи на те, що чимало досліджень в цій сфері було спростовано, розумним є переглядати якомога більше моделей та тенденцій. Адже збираючи більше інформації можна отримати перевагу порівняно з іншими.

Висновки і пропозиції. Модель CAPM є дуже важливим аналітичним інструментом при прийнятті рішень про фінансові інвестиції в акції. Але кожна теорія потребує перевірки на практиці у різних умовах господарювання і, можливо, удосконалення. Отже, при дослідженні інвестиційних портфелів та прийнятті рішень щодо фінансових інвестицій в акції українських емітентів не доречно спиратися лише на один показник про очікувану доходність фінансових інвестицій в акції конкретного емітента. Необхідно опрацювати якомога більше матеріалу різними способами, що пропонуються у зарубіжній фаховій літературі.

Література:

1. Shweta Bajpai, Anil K Sharma. An Empirical Testing of Capital Asset Pricing Model in India. *Procedia — Social and Behavioral Sciences*. 2015. № 189. P. 259–265. URL: https://www.researchgate.net/publication/279171796_An_Empirical_Testing_of_Capital_Asset_Pricing_Model_in_India (дата звернення: 22.04.2020).

2. Maria-Teresa Bosch-Badia, Joan Montllor-Serrats, Maria-Antonia Tarrazon-Rodon. Analysing assets' performance inside a portfolio: From crossed beta to the net risk premium ratio. *Cogent Economics & Finance.* 2017. URL: https://www.cogentoa.com/article/10.1080/23322039.2016.1270251.pdf (дата звернення: 22.04.2020).

3. Kilian Altenberger, Elias Danzl, Alexander Moßhammer. Capital Asset Pricing Model (CAPM). A Case Study. *Proseminar Financial Management.* 2015. URL: https://www.researchgate.net/publication/329072333_Capital_Asset_Pricing_Model_CAPM_A_Case_Study (дата звернення: 22.04.2020).

Григораш А. І.
«Облік і оподаткування», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н.,
доцент кафедри обліку І оподаткування Кругла М. М.

ОСОБЛИВОСТІ МЕТОДИКИ АУДИТУ РЕАЛІЗАЦІЇ ТОВАРІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ

Реалізація товарів — основний напрямок діяльності підприємств оптової торгівлі, який формує дохід та конкурентні переваги підприємства серед інших учасників ринку і потребує постійного управлінського реагування на виклики зовнішнього середовища. В таких умовах, зростає роль інформаційного забезпечення управлінських рішень, актуалізуються питання достовірності, повноти та правдивості облікової інформації та звітності.

Зазначені завдання вирішуються шляхом проведення аудиторської перевірки — «аудиторської послуги з перевірки даних бухгалтерського обліку і показників фінансової звітності з метою висловлення незалежної думки аудитора про її відповідність в усіх суттєвих аспектах вимогам національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку, міжнародних стандартів фінансової звітності або іншим вимогам» [1].

Питанням організації і методики аудиту присвячено багато ґрунтовних досліджень провідних вчених України, зокрема Дорош Н. І., Кулаковської Л. П., Шило В. П. та інших, однак в мовах динамічного середовища методичні аспекти аудиту реалізації потребують уточнення та деталізації.

Метою даного дослідження є узагальнення особливостей методики аудиту реалізації товарів на підприємствах оптової торгівлі та виявлення найтиповіших порушень, що допускаються під час облікового відображення процесу.

Для вирішення поставленого завдання використовувались загальнонаукові методичні прийоми порівняння, аналізу та синтезу, узагальнення.

В загальнонауковому розумінні, методика представляє застосування в певній послідовності різноманітних конкретних методичних прийомів виконання завдання. Під методикою аудиту розуміємо послідовність застосування методичних прийомів аудиту під час здійснення перевірки. Їх вибір повинен забезпечувати об’єктивність перевірки та отриманих висновків і визначатися основними завданнями аудиту. При проведенні аудиту реалізації товарів аудитором звертається особлива увага на питання:

- перевірки облікової політики у частині обліку доходів від реалізації товарів;
- правильності використання і оформлення первинних документів, які пов’язані з реалізацією товарів;
- перевірки правильності визнання доходів, собівартості реалізації і фінансових результатів від реалізації і відображення операцій на рахунках синтетичного та аналітичного обліку;
- встановлення відповідності даних аналітичного обліку даним синтетичного обліку;
- правильності відображення реалізації товарів у фінансовій та податковій звітності.

Методичними прийомами, які найчастіше використовуються при аудиті реалізації товарів є методи спостереження, опитування, системного та ситуаційного аналізу, індукції та дедукції, соціально-економічного управління.

Найперше, що підлягає перевірці при реалізації товарів — це облікова політика підприємства, під якою розуміють сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються для складання та подання фінансової звітності [2].

Для початку потрібно ознайомитись з положеннями облікової політики для розуміння відповідності ведення обліку на підприємстві чинному законодавству та бухгалтерським вимогам. Щодо доходів в обліковій політиці необхідно зазначити умови його визнання. За П(С)БО 15 «Дохід», дохід від реалізації товарів у бухгалтерському обліку визнається за датою відвантаження продукції в разі наявності всіх наведених нижче умов:

- покупцеві передані ризики й вигоди, пов’язані з правом власності на товар;

- підприємство не здійснює надалі управління та контроль за реалізованими товарами;
- сума доходу може бути достовірно визначена;
- є впевненість, що в результаті операції відбудеться збільшення економічних вигод підприємства, а витрати, пов'язані з цією операцією, можуть бути достовірно визначені [3].

Типовою помилкою при перевірці облікової політики є недостатність або відсутність інформації про дохід (умови визнання, розмежування доходів, перелік та склад кожної класифікаційної групи доходів тощо).

При перевірці правильності використання і оформлення первинних документів, які пов'язані з реалізацією товарів (договорів, накладних, ТТН, податкових накладних та супутніх документів — сертифікатів якості), звертається увага на наявність необхідних видаткових документів, підтверджених печатками, підписами в паперовій чи електронній формі, визначеній обліковою політикою.

Типовим порушенням на етапі такої перевірки є відсутність або неналежне оформлення первинних документів, відсутність у документах обов'язкових реквізитів, необумовлені виправлення.

При перевірці правильності відображення операцій в регістрах синтетичного та аналітичного обліку, головна увага зосереджується на рахунках 28 «Товари», 36 «Розрахунки з покупцями і замовниками», 64 «Розрахунки за податками й платежами», 70 «Доходи від реалізації», 79 «Фінансові результати», 90 «Собівартість реалізації», 31 «Рахунки в банках».

Під час перевірки рахунку собівартості реалізації слід перевірити правомірність застосування методу оцінки товарів. Доходи від реалізації мають визнаватись датою передачі прав контролю і управління покупцю, при цьому вартість реалізації повинна відповідати справедливій вартості товару, в інакшому випадку — донараховуватись ПДВ. Звертається увага, що сума податку на додану вартість, акцизів, інших податків і обов'язкових платежів, що підлягають перерахуванню до бюджету, сума надходжень за договором комісії, сума попередньої оплати товарів взагалі не визнаються доходом.

Дані аналітичного обліку повинні співпадати з даними синтетичного обліку, адже при правильних записах на рахунках бухгалтерського обліку вся подальша інформація, яка складається на підставі кореспонденцій, буде також правильною.

Операції з продажу товарів на території України є об'єктом обкладення ПДВ. Отже, здійснюючи такі операції, підприємство — платник ПДВ повинно нарахувати податкові зобов'язання з цього податку на дату події, яка сталася раніше:

а) на дату зарахування грошових коштів від покупця на банківський рахунок платника податку як оплати товарів, що підлягають постачанню;

б) на дату відвантаження товарів [4].

Часто помилки з ПДВ трапляються при реєстрації податкових накладних. Згідно з п. 201.10 ст. 201 ПКУ реєстрація податкових накладних у ЄРПН повинна здійснюватися з урахуванням граничних строків:

- для податкових накладних, складених з 1 по 15 календарний день (включно) календарного місяця, — до останнього дня (включно) календарного місяця, в якому вони складені;
- для податкових накладних, складених з 16 по останній календарний день (включно) календарного місяця — до 15 календарного дня (включно) календарного місяця, наступного за місяцем, в якому вони складені [4].

Дохід від реалізації товарів відображається у фінансовій та податковій звітності. У фінансовій звітності основним документом буде Звіт про фінансові результати (ф.2), рядок 2000 «Чистий дохід від реалізації продукції». У податковій звітності дохід можна побачити в Податковій декларації з податку на додану вартість, Податковій декларації з податку на прибуток.

При перевірці звітності типовими помилками є не включення доходів в декларації та звітність або їх заниження, невідповідність обліковим даним.

Результат перевірки обліку реалізації товарів оформлюється робочими документами аудитора, на підставі яких в кінці перевірки формується аудиторський звіт, у якому фіксуються виявлені недоліки, обґрунтовуються можливі негативні наслідки і даються конкретні пропозиції щодо їх усунення чи попередження в подальшій діяльності підприємства, що перевіряється.

Отже, методика є важливим інструментом роботи аудитора. Уточнення та подальший розвиток поняття та структурних елементів методики аудиту реалізації товарів дасть змогу краще та ефективніше проводити перевірки цих важливих об'єктів для вироблення стратегії господарсько-фінансової діяльності підприємств.

Література:

1. Закон України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність». Відомості Верховної Ради (ВВР), 2018, № 9, ст. 50. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2258-19.
2. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні». Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1999, № 40, ст. 365. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14.
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Дохід», затв. наказом Міністерства фінансів України. 1999. № 290. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99.
4. Податковий кодекс України: Закон України № 354-IX від 05.12.2019. Відомості Верховної Ради (ВВР). ст. 70. (Зі змінами і доповненнями) .URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17.

Кирій Д. Є.
«Облік та оподаткування», 3 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — ст. викладач Іванова Л. І.

СИСТЕМА BPM: ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ВІТЧИЗНЯНИМ І СВІТОВИМ БІЗНЕСОМ

В умовах світової глобалізації та неймовірних темпів розвитку бізнесу усе більшого поширення набирає питання забезпечення ефективності діяльності підприємств, адже в часи шаленої конкуренції «виживає» лише найсильніший, найжорсткіший та той, що швидко пристосовується до змін. BPM-система покликана забезпечити вище зазначені переваги. Дана концепція у своєму сучасному вигляді була сформована ще на початку двотисячних, у подальшому розроблялись лише ключова методологія та технологічні інновації. Однак попит на BPM був значно нижчим за пропозицію, оскільки ринок розвивався значно повільнішими темпами, аніж це передбачалося і розглянута концепція була значно попереду. Найбільш актуальною дана система стала у 2015 році, коли гостро постало питання про діджиталізацію бізнесу. На основі ручної праці та паперового документообігу неможливо було досягти жодних зрушень. В останні роки спостерігається безперебійне збільшення швидкості змін, що відбуваються в бізнес-середовищі. На цьому фоні тільки впровадження інноваційних технологій здатне забезпечити зростаючі потреби клієнтів і підтримувати конкурентоспроможність компаній на належному рівні.

Над розробкою систем, які полегшували б та пришвидшували ведення бізнесу працювали М. Армстронг, А. Гончарук, Є. Духонін, А. Куценко, А. Бутенко, Р. Каплан, С. Хетфілд, А. Гершун, Н. Поповенко та інші. Таким чином було сформовано багато нових концепцій і однією з них стала саме система BMP (Business Performance Management — управління ефективністю бізнесу), що мала значні переваги над іншими. Тож доцільно буде розглянути чи залишається вона такою ж актуальною, конкурентною та зручною у використанні на сьогодні.

Методика вивчення даного питання базується на використанні загальнонаукових методів економічного дослідження: системного аналізу та синтезу, методу теоретичного узагальнення та наукової абстракції. Такі методи дозволяють змоделювати звичайні процеси, що найчастіше трапляються в бізнес-середовищі. У такому разі виникає необхідність створення схем, які відображають процеси на підприємстві. Наразі ІТ-інструменти — найкращий спосіб вирішення такої проблеми, а саме BPM-системи, у яких існують комплексні заходи моделювання й управління бізнес-процесами в поєднанні з моніторингом поточного стану підприємства та аналізу середовища, у якому воно знаходиться [6].

У праці Є. Духоніна «Управління ефективністю бізнесу. Концепція Business Performance Management» дана система розглядається як цілісний, процесно-орієнтований підхід до прийняття управлінських рішень, який дозволяє управляти ефективністю діяльності підприємства та визначати його поточний стан на всіх рівнях шляхом об'єднання власників, менеджерів та персоналу [3]. При цьому ключові BPM-процеси пов'язуються з реалізацією стратегії організації та включають фінансове й операційне планування, консолідацію та звітність. Минів Р. М. та Батюк О. Я. у їх спільній статті «Сучасні концепції управління ефективністю

діяльності сільськогосподарських підприємств» представляють систему BPM направленою на оптимізацію реалізації стратегії та такою, що складається з набору інтегрованих аналітичних процесів, підтримуваних відповідними технологіями.

Більш широко розглянуто дану тему в статті «Сучасні методи управління персоналом» Мирошниченка Ю., Навіцкас В. та Сорокіної А., котрі звертають увагу на BPM-систему не лише як на комплекс інтегрованих процесів, що удосконалюють існуючі процеси управління, та не витісняють їх, а й з точки зору інформаційних технологій, яка є досить зручною і простою у використанні.

Отож, Business Performance Management (BPM) — відносно нова концепція управління, що позначає цілісний, процесно-орієнтований підхід до прийняття управлінських рішень, спрямований на підвищення спроможності підприємства оцінювати свій фінансовий стан і управляти ефективністю своєї діяльності на всіх рівнях шляхом об'єднання власників, менеджерів, персоналу і зовнішніх контрагентів в рамках загальної інтегрованого середовища управління [5]. Однак, слід відмітити, що цю систему доцільно впроваджувати тим підприємствам, у яких виконання бізнес-процесів значно розтягнуте в часі (декілька днів, тижнів або місяців), робота ведеться з рядом інформаційних систем, у бізнес-процесі приймають участь різні співробітники, відділи, структурні одиниці та у разі, якщо бізнес має більше процес ний характер, аніж проєктний чи функціональний.

Застосування BPM-систем дозволить скоротити час виконання різних процесів на підприємстві за рахунок їх стандартизації та автоматизації, дасть можливість ефективно управляти кадрами, досягти зростання економічного потенціалу та стратегічної ефективності, забезпечить організаційну гнучкість компанії шляхом заохочення користувачів до моделювання та перебудови бізнес-процесів, а також дасть змогу підвищити якість послуг та продукції завдяки прозорості цих процесів, їх регламентації та моніторингу. BPMS може бути інтегрована з великою кількість програм. Найпопулярніші з них: 1С, ERP, Microsoft SharePoint, Bitrix, IP телефонія, Клієнт-банки, корпоративні WEB сайти, мобільні додатки під IOS та Android. Тобто BPM-система дозволяє не просто комплексно підійти до автоматизації, але й легко може бути поєднана з уже існуючою в компанії IT-структурою та дасть можливість об'єднати програми в єдину корпоративну систему управління бізнесом.

Наразі існує велика кількість різних розробок на платформі BPMS. Найчастіше впроваджуються такі програмні продукти, як Creatio, Bizagi BPM Suite, ELMA BPM, Bonita Open Solution. Незважаючи на велику кількість альтернатив, які досить подібні між собою, найпоширенішою у використанні є ELMA BPM — унікальне комплексне рішення для управління бізнесом, в основу якого покладені передові технології, що дозволяють автоматизувати будь-які процеси організації та підвищити її ефективність.

У 2020 році можна виділити такі тенденції BPM-технологій: роботизація процесів та використання штучного інтелекту; перехід до low-code платформ; максимально прості та зрозумілі інтерфейси; швидка трансформація під конкретні потреби замовників; використання графових баз даних та кооперація із системами Adaptive Case Management. Найбільш затребувані BPM-рішення у сферах фінансових послуг, торгівлі, будівництва, IT та консалтингу. Завдяки постійному вдосконаленню BPMS впродовж років залишається актуальною та конкурентною, що дає змогу її користувачам бути попереду.

На жаль, система BPM має й деякі недоліки, а саме:

— складність у пристосуванні для реалізації процесів електронного урядування;

— значні витрати часу для впровадження (це займає пів року, а то й більше);

— висока вартість, яка залежить від кількості робочих місць [2].

Останнє часто не дає проявитись усім перерахованим раніше перевагам, оскільки не кожне підприємство може собі дозволити впроваджувати високовартісні технології.

Отже, можна зробити висновок, що розглянута мною система впродовж 20 років залишається актуальною та дієвою. Підприємства, що її застосовують у своїй практиці безумовно мають переваги над тими, які цього не роблять, адже першим дійсно вдається здійснювати ефективне управління. При розробці BPM-системи були враховані найважливіші фактори прийняття рішень та спрощено формат її використання настільки, що немає необхідності залучати програмістів для внесення певних змін — це може зробити й менеджер компанії. Також дана технологія зручна тим, що її можна легко інтегрувати з уже наявними на підприємстві.

Однак через високу вартість не всі компанії мають змогу працювати з цією системою. Тож, на мою думку, варто розробити спрощену її версію та продавати за дещо нижчою ціною (оскільки в разі безпідставного зниження вартості BPM стане легко доступною, а тому пере-

ваги, які вона надає підприємствам, що її застосовують будуть не такими відчутними), що дасть можливість менеджерам самостійно її доопрацьовувати та генерувати нові ідеї стосовно шляхів удосконалення (деякою мірою подібні варіанти вже практикують за кордоном). Також доцільно скоротити час впровадження шляхом розбиття даного процесу на етапи, що дозволить вже від самого початку частково застосовувати BPMS.

Література:

1. Березіна Л. В., Баган Н. М., Потяженко О. М. Перспективні напрямки управління ефективністю діяльності підприємств. Приазовський економічний вісник. Випуск № 5 (16). 2019. С. 120–125.
2. Казимир В. В., Харченко М. В. Управляючі веб-портали та їх властивості. Електронний ресурс. Режим доступу: https://ts-vistnic.stu.cn.ua/index.pl?task=arcls&id=1351
3. Духонин Е. Ю., Исаев Д. В., Мостовой Е. Л. Управление эффективностью бизнеса. Концепция BusinessPerformance Management. М.: Альпина бизнес букс, 2005. 269 с.
4. Минів Р. М., Батюк О. Я. Сучасні концепції управління ефективністю діяльності сільськогосподарських підприємств. Науковий вісник ЛНУВМБТ імені С.З. Ґжицького. Випуск № 2 (69). 2016. С. 96–101.
5. Орликовський М. О., Трикоз Д. І. Новітні концепції управління ефективністю діяльності сучасних підприємств. Ефективна економіка. Випуск № 5. 2014.
6. Чупріна М. О. використання ІТ-іструментів для оптимізації управління бізнес-процесами підприємств України. Електронний ресурс. Режим доступу: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/18408/1/49Chuprina.pdf.

Осика О. О.
«Облік і оподаткування», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
Університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри обліку
в кредитних і бюджетних установах
та економічного аналізу Амбарчян В. С.

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ОПЕРАЦІЙ РЕФІНАНСУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТІВ УПРАВЛІННЯ ЛІКВІДНІСТЮ БАНКІВ

Вступ. В умовах перманентних економічних криз та нестабільної політичної ситуації вітчизняні банки зіштовхуються з труднощами нестачі ліквідних активів для виконання зобов'язань перед кредиторами, а також неможливістю дотримання встановлених нормативів ліквідності в банківській системі. Загострення геополітичної ситуації в країні обумовлює посилення конкуренції між банками, зростання дефіциту банківських ресурсів та невизначеність економічного середовища. У зв'язку з цим важливого значення набуває система рефінансування вітчизняних банків, що здійснюється Національним банком України.

Відповідно до закону України «Про Національний банк України» Національний банк як регулятор грошово-кредитних відносин виконує роль кредитора в останній інстанції через організацію системи рефінансування банків, що передбачає встановлення порядку та умов рефінансування, а також безпосередньо проведення операцій рефінансування [1, ст. 7, 25]. В процесі виконання операцій рефінансування центральний банк регулює ліквідність банківської системи та зменшує ризики неплатоспроможності банків за фінансовими зобов'язаннями. Вимога реалізації права банків на отриманням кредитів від регулятора встановлена законом України «Про банки і банківську діяльність» [2].

Банки, що отримують кредити рефінансування, зобов'язані забезпечити правдиве, своєчасне та достовірне відображення інформації про отримані кошти, їх використання та повернення кредитору. Відповідно, виникає потреба у формуванні чітких процедур обліку операцій рефінансування на етапах первісного визнання, подальшого визнання та припинення визнання фінансових зобов'язань. Із затвердженням Інструкції з бухгалтерського обліку операцій із фінансовими інструментами в банках України виникає необхідність детального розкриття процедур обліку банками кредитів рефінансування та овернайт, що визначає актуальність дослідження.

Методи дослідження. В процесі дослідження використано як загальні методи пізнання — дедукція, аналогія та порівняння, так і елементи методу бухгалтерського обліку — оцінка, рахунки та подвійний запис.

Огляд фахової літератури. Загальні засади операцій рефінансування банків розкриті в працях багатьох науковців, з-поміж яких доцільно виокремити роботи О.М. Кузьмака, Ю.О. Гаркуші, Я. Чайковського. Зокрема, О.М. Кузьмак досліджує міжнародний досвід застосування інструментів підтримання ліквідності банків центральним регуляторм [3]. Особливості механізму рефінансування Національним банком України вітчизняних банків із зазначенням інструментів та термінів розкриті в праці Ю.О. Гаркуші [4]. Аналіз обсягів та динаміки операцій рефінансування розкрито в статті Я. Чайковського [5].

В свою чергу, питання обліку кредитів рефінансування відповідно до нових вимог розкриття інформації щодо операцій із фінансовими інструментами не знайшли відображення в роботах науковців, що підтверджує актуальність дослідження.

Результати дослідження. Рефінансування — операції з надання банкам кредитів у встановленому Національним банком порядку [6]. Основною метою рефінансування є регулювання ліквідності банків. До операцій рефінансування належать кредити овернайт та кредити рефінансування. Кредити овернайт надаються банкам на термін до наступного робочого дня та є інструментом підтримання миттєвої ліквідності. Кредити рефінансування надаються на умовах тендеру строком до 5 років.

З метою бухгалтерського обліку кредити рефінансування відносяться до категорії фінансових зобов`язань. Для обліку таких операцій використовуються рахунки групи 131 «Креди-

ти, що отримані від Національного банку України шляхом рефінансування» Плану рахунків бухгалтерського обліку банків України. Кредити овернайт обліковуються за рахунком 1310 «Кредити овернайт, що отримані від Національного банку України шляхом рефінансування», а кредити рефінансування — за рахунком 1312 «Інші кредити, що отримані від Національного банку України шляхом рефінансування» [7].

Методика обліку операцій рефінансування передбачає формування фінансового зобов'язання на етапі первісного визнання, нарахування процентів та проведення амортизації премії/дисконту на етапі подальшого визнання, а також погашення кредиту на етапі припинення визнання (табл. 1). Кредити рефінансування обліковуються за амортизованою собівартістю із застосуванням методу ефективної ставки відсотка.

Таблиця 1

МЕТОДИКА ОБЛІКУ КРЕДИТІВ, ОТРИМАНИХ НА УМОВАХ РЕФІНАНСУВАННЯ

№	Зміст господарської операції	Дебет рахунку	Кредит рахунку
1	*2*	*3*	*4*
1	Відкриття кредитного рахунку	1200 «Кореспондентський рахунок банку в НБУ»	1919 «Інша кредиторська заборгованість за операціями з банками»
2.	Визнання кредиторської заборгованості	1919 «Інша кредиторська заборгованість за операціями з банками»	1310 «Кредити овернайт, що отримані від НБУ шляхом рефінансування», 1312 «Інші кредити, що отримані від НБУ шляхом рефінансування»
3.	Визнання неамортизованої премії	1919 «Інша кредиторська заборгованість за операціями з банками»	1316 «Неамортизований дисконт/премія за кредитами, що отримані від НБУ шляхом рефінансування»
4.	Визнання неамортизованого дисконту	1316 «Неамортизований дисконт/премія за кредитами, що отримані від НБУ шляхом рефінансування»	1919 «Інша кредиторська заборгованість за операціями з банками»
5.	Нарахування процентних витрат	7003 «Процентні витрати за іншими кредитами, що отримані від НБУ шляхом рефінансування»	1318 «Нараховані витрати за кредитами, що отримані від НБУ шляхом рефінансування»
6.	Амортизація премії	1316 «Неамортизований дисконт/премія за кредитами, що отримані від НБУ шляхом рефінансування»	7003 «Процентні витрати за іншими кредитами, що отримані від НБУ шляхом рефінансування»
7.	Амортизація дисконту	7003 «Процентні витрати за іншими кредитами, що отримані від НБУ шляхом рефінансування»	1316 «Неамортизований дисконт/премія за кредитами, що отримані від НБУ шляхом рефінансування»
8.	Повернення кредиту	1310 «Кредити овернайт, що отримані від НБУ шляхом рефінансування», 1312 «Інші кредити, що отримані від НБУ шляхом рефінансування»	1200 «Кореспондентський рахунок банку в НБУ»

Джерело: складено автором

Висновки і пропозиції. За результатами оцінки ліквідності банки отримують кредити рефінансування від Національного банку у формі кредитів рефінансування та кредитів овернайт. Банки зобов'язані класифікувати такі кредити як фінансові зобов'язання та вести облік їх відповідно до вимог чинного законодавства.

В результаті проведеного дослідження сформовано методику обліку банками кредитів овернайт та рефінансування, отриманих від Національного банку України для підтримки ліквідності. Надано пропозиції використовувати рахунок 1919 «Інша кредиторська заборгованість за операціями з банками» для обліку кредиторської заборгованості за кредитами між датами операції та розрахунку. Розкрито процедури визнання та амортизації дисконту/премії у випадку невідповідності справедливої вартості кредитів їх вартості за договором.

Література:

1. Про Національний банк України: Закон України від 20 травня 1999 № 679-XIV. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/679-14 (дата звернення 29.03.2020).
2. Про банки і банківську діяльність: Закон України від 07 грудня 2000 № 2121-III. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2121-14 (дата звернення 29. 03.2020).
3. О.М. Кузьмак. Рефінансування як дієвий інструмент грошово-кредитного ринку України. *Науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка»*. 2014. № 3. С. 193–195. URL: file:/// C:/Users/user/Documents/Downloads/inek_2014_3_27.pdf (дата звернення 20.03.2020).
4. Ю.О. Гаркуша. Особливості механізму рефінансування банків в Україні. Глобальні та національні проблеми економіки. С. 755–759. 2016. №14. URL: http://global-national.in.ua/archive/14-2016/151.pdf (дата звернення 20.03.2020).
5. Я. Чайковський. Рефінансування банків як метод регулювання Національним банком України банківської системи умовах виходу з фінансової кризи. *Економічний аналіз.* 2012. Випуск 10. Частина 3. С. 107–111. URL: file:///C:/Users/user/Documents/Downloads/ecan_2012_10(3)__25.pdf (дата звернення 20.03.2020).
6. Положення про застосування Національним банком України стандартних інструментів регулювання ліквідності банківської системи: затв. постановою Правління НБУ від 17 вересня 2015 № 15. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0410-09 (дата звернення 20.03.2020)
7. План рахунків бухгалтерського обліку банків України: затв. постановою Правління НБУ від 11 вересня 2017р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0918-04 (дата звернення 20.03.2020).

Мощенська Є. В.
«Облік і оподаткування», 5 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри обліку в кредитних і бюджетних установах та економічного аналізу Амбарчян М. С.

БЮДЖЕТНЕ ПЛАНУВАННЯ — ІНСТРУМЕНТ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ДЕРЖАВНИМИ ТА МІСЦЕВИМИ ФІНАНСАМИ

Бюджетне планування є важливим етапом бюджетного процесу, який полягає у формуванні основних параметрів державного та місцевих бюджетів на наступні періоди. Ефективність управління державними фінансами в Україні безпосередньо залежить від раціональності структури бюджетної системи та прозорості бюджетного процесу. Оскільки Бюджетний кодекс України не подає визначення поняття «бюджетне планування», виникає необхідність у теоретичному обґрунтуванні застосування цього поняття у бюджетному процесі.

Актуальність даної теми зумовлена необхідністю підвищення як результативності, так і прозорості використання бюджетних коштів.

Метою статті є характеристика особливостей бюджетного планування як інструменту забезпечення ефективності та результативності стратегічного управління в Україні.

У процесі дослідження використано загальні методи наукового пізнання, спостереження, систематизації і узагальнення даних.

Проблематикою бюджетного планування у системі управління державними фінансами займалися як зарубіжні, так і вітчизняні вчені. Теоретичні засади цього питання висвітлено у роботах зарубіжних науковців: Дж. Бюкенен, П. Шварц, П. Шумейкер, Д. Мерсьє та інших. Удосконаленням теоретичних засад бюджетного планування як інструмента управління державними та місцевими фінансами займалася такі вітчизняні науковці: В.П. Кудряшов, Л.Г. Ловінська, В.М. Опарін, В.М. Федосов та інші.

В. М. Федосов вважає, що бюджетне планування являє собою процес розроблення планів формування та використання фінансових ресурсів для забезпечення завдань і функцій, які здійснюються органами державної влади та місцевого самоврядування, з метою достовірного й достатнього визначення обсягу та джерел формування бюджетних доходів, оптимального розподілу видатків і збалансування бюджету на відповідний період [6].

Бюджетне планування є важливим елементом системи управління бюджетом, що дозволяє визначити джерела та напрями використання бюджетних коштів, а також їх обсяг згідно із пріоритетними напрямами бюджетної політики країни.

Серед завдань бюджетного планування у нашій країні можна виділити: визначення реальних джерел і обсягів доходів на всіх рівнях бюджетної системи; збалансування бюджету; забезпечення ефективного розподілу витрат за напрямами їх використання та регіонами; створення необхідних соціальних резервів; оптимізацію грошових потоків між бюджетами різних рівнів; забезпечення ефективного використання бюджетних коштів; досягнення запланованих макроекономічних пропорцій у розвитку Україні [5].

З огляду на це, учасники бюджетного планування повинні: розробити основні напрями бюджетної політики; обрати раціональні шляхи бюджетного забезпечення для того, щоб досягнути необхідного рівня соціального і економічного розвитку; здійснити перерозподіл бюджетних коштів для досягнення необхідного темпу і пропорцій економічного розвитку та підвищення добробуту суспільства.

Бюджетним кодексом України визначено чотири стадії бюджетного процесу (рис 1). [1]. На стадіях бюджетного процесу обов'язково здійснюються контроль щодо дотримання бюджетного законодавства, аудит і оцінка ефективності управління бюджетними засобами. Всі стадії бюджетного процесу є взаємопов'язаними та являють собою пряме відображення не тільки економічної, а ще й політичної культури.

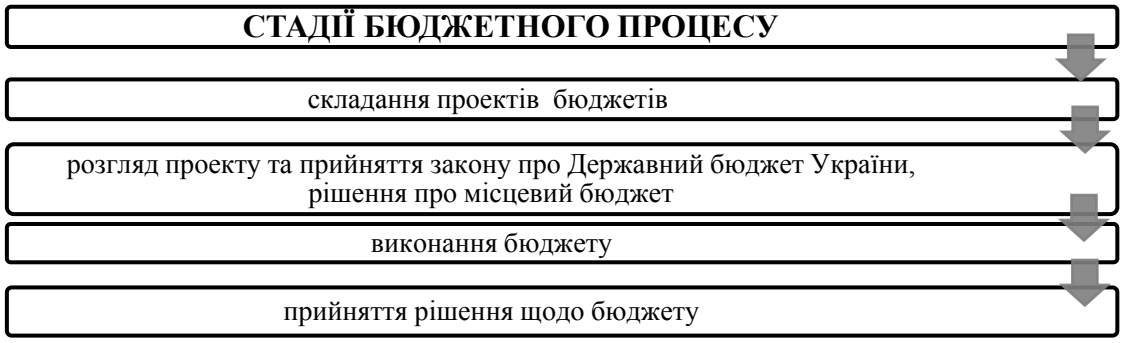


Рис. 1. Стадії бюджетного процесу

В Україні бюджетний процес має тривалість трьох років. У перший рік повинен складатися проект бюджету, його розгляд та затвердження бюджету відбувається у рік, що передує плановому. У другому — відбувається виконання бюджету. Бюджетний період в Україні починається 1 січня кожного року і закінчується 31 грудня того ж року та становить один календарний рік. На третій рік бюджетного процесу відбувається складання звіту про виконання бюджету та його затвердження.

Бюджетне планування залежно від суб'єктів та рівні поділяється на: зведене планування; територіальне планування; адресне планування. Кінцевий результат процесу бюджетного планування є рішення і бюджетні показники державного, місцевих та зведених бюджетів. Процес розробки бюджетних прогнозів та планів є досить складним процесом. Він передбачає використання різних методів планування, зображених на рисунку 2.

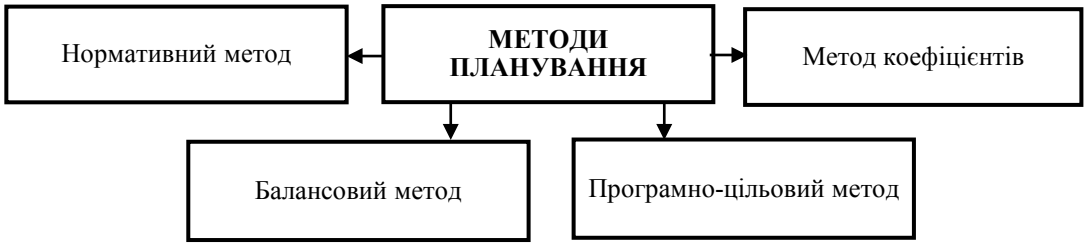


Рис. 2. Методи бюджетного планування.

Програмно-цільовий метод вперше був запропонований в середині 60-х років XX століття у США. Зараз цей метод є більш ефективною формою бюджетування і на державному рівні, і на рівні регіонів. Він поєднує всі вищенаведені методи бюджетного планування, а також додає кілька елементів, завдяки яким виникає взаємозв'язок між ресурсами і результатами.

В Україні цей метод почали застосовувати з 2002 року. У Концепції застосування програмно-цільового методу у бюджетному процесі наведено методологічні засади, елементи та принципи даного методу [4].

Програмно-цільовий метод у бюджетному процесі — метод управління бюджетними коштами для досягнення конкретних результатів за рахунок коштів бюджету із застосуванням оцінки ефективності використання бюджетних коштів на всіх стадіях бюджетного процесу. Мета запровадження програмно-цільового методу — встановлення безпосереднього зв'язку між виділенням бюджетних коштів та результатами їх використання.

Якщо брати до уваги регіональний рівень, то розробка цільових програм, фінансування, моніторинг та звітність щодо їх виконання регламентуються Бюджетним кодексом України, Законом України "Про державне прогнозування та розроблення програм економічного і соціального розвитку України" [2], Постановою КМУ "Про затвердження Порядку розроблення та виконання державних цільових програм" [3] та іншими нормативно-правовими актами.

Стратегічним бюджетним плануванням передбачено складання планів діяльності розпорядників бюджетних коштів на середньо- чи довгострокову перспективу, встановлення обсягів коштів, що необхідні для досягнення цілей і реалізації завдань, які було зазначено у програмних документах соціального та економічного розвитку України та її регіонів.

Таким чином, бюджетне планування дозволить удосконалити стратегічне фінансове управління: покращити макроекономічний баланс та фіскальну дисципліну; оптимізувати розподіл фінансових ресурсів між рівнями бюджетної системи, а також органами державної влади; підвищити ефективність використання державних коштів шляхом зниження затрат, які необхідні для надання суспільних послуг та досягнення результатів; посилити відповідальність головних розпорядників за цільове використання та ефективність бюджетних коштів; підвищити рівень прогнозованості та передбачуваності державної і місцевої бюджетної політики України.

Література:

1. Бюджетний кодекс України : Закон України від 08.07.2010 № 2456-VI, із змінами. Дата оновлення: 26.03.2020. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17
2. Про державне прогнозування та розроблення програм економічного і соціального розвитку України: Закон України: від 23.03.2000 № 1602-111. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1602-14
3. Про затвердження Порядку розроблення та виконання державних цільових програм: Постанова Кабінету Міністрів України від 31.01.2007 №106. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/106-2007-%D0%BF
4. Про схвалення Концепції застосування програмно-цільового методу в бюджетному процесі: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 14.09.2002 № 538-р. URL: https://zakon.rada.gov.ua /laws/show/538-2002-%D1%80
5. Бюджетна система. Навч. посіб. / Н.І. Климаш, К.В. Багацька, Н.І. Дем'яненко та ін. за заг. ред. Т.А. Говорушко. — Львів «Магнолія 2006», 2014. — 296 с.
6. Бюджетна система: підр./ За наук. ред. ВМ. Федосова, С.І. Юрія. — К.: ЦУЛ; Тернопіль. Екон. думка, 2012. — 871 с.

Гладир І.Ю.
«Облік і оподаткування», 3 к урс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., старший викладач кафедри обліку в кредитних і бюджетних установах та економічного аналізу Заросило А.П.

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ ДОХОДІВ І ВИТРАТ В БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВАХ

Вступ. Одним із основних завдань управління доходами і витратами в бюджетних установах є оцінка ефективності та раціональності використання їх у господарській діяльності. Діяльність бюджетних установ регулюється низкою законодавчих актів та рішеннями, прийнятими на основі інформаційних даних обліковими службами установи.

Формування інформаційних даних щодо ефективності управління доходами і витратами здійснюється за даними бухгалтерського та управлінського обліку. Основна мета управлінського обліку полягає у забезпеченні достовірної інформації, яка слугує інтересам ефектив-

ного управління, тому рішення про доцільність його впровадження необхідно приймати, виходячи з оцінки співвідношення доходів і витрат та визначення економічних вигод від їх функціонування.

Метою роботи є дослідження методичних підходів ведення управлінського обліку доходів і витрат за обмінними та необмінними операціями в бюджетних установах.

Методи дослідження. Методологічною основою дослідження є діалектичний метод пізнання. Аналітичний та системний метод використано при дослідженні порядку формування аналітичних рахунків бухгалтерського обліку доходів і витрат бюджетних установ. Індуктивний, дедуктивний, метод наукової абстракції та порівняння застосовано для дослідження понятійного апарату. Методи формальної логіки та моделювання дозволили вдосконалити методику управлінського обліку доходів і витрат в бюджетних установах.

Огляд фахової літератури. Розгляду питань управлінського обліку в державному секторі присвячено незначну кількість публікацій вітчизняних учених, а саме: С.В.Свірко, Н.І. Сушко, О.М. Клименко, Т.М. Кондрашової, О.В. Кравченко, І.О. Кондратюк, Л.Г. Ловінської, С.О.Левицької, Т.В. Ларікової та інші. Незважаючи на проведені глибокі дослідження в цій галузі, невирішеними залишається багато проблемних питань щодо запровадження та ведення управлінського обліку доходів і витрат за обмінними та необмінними операціями в бюджетних установах.

Результати дослідження. Складність організаційної структури та велика кількість господарських операцій, які здійснюють бюджетні установи вимагають пошук гнучких систем управління з метою оптимізації доходів витрат та прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

Принциповою особливістю управлінського обліку є необхідність визначення видів доходів і витрат за їх групами відповідно до національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку для державного сектору (далі — НП(С)БОДС).

Відповідно до НП(С)БОДС 124 «Доходи» [1] та 135 «Витрати» [2] доходи і витрати класифікуються в бухгалтерському обліку за групами обмінних та необмінних операцій.

Для відображення в системі бухгалтерського обліку доходів і витрат бюджетні установи використовують ряд інструментів, зокрема користуються Планом рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі від 31.12.2013 № 1203 [3] (далі — План рахунків), Порядком його застосування, затвердженого наказом Міністерства фінансів України від 29.12.2015 № 1219 [4] (далі — Порядок).

Відповідно до Плану рахунків облік доходів і витрат ведеться на рахунках класу 7 «Доходи» та класу 8 «Витрати». Відповідно до Порядку застосування визначено, що рахунки класу 7 призначені для відображення інформації про доходи за обмінними операціями (доходи за бюджетними асигнуваннями, доходи від реалізації продукції (робіт, послуг), доходи від продажу активів, фінансові доходи тощо) та необмінними операціями (податкові та неподаткові надходження, трансферти, доходи, пов’язані з безоплатним отриманням активів тощо). Облік доходів ведеться на таких субрахунках: 7011 «Бюджетні асигнування», 7111 «Доходи від реалізації продукції (робіт, послуг)», 7211 «Дохід від реалізації активів»,7311 «Фінансові доходи розпорядників бюджетних коштів», 7411 «Інші доходи за обмінними операціями», 7511 «Доходи за необмінними операціями».

Рахунки класу 8 призначені для відображення інформації про витрати за обмінними (оплата праці; відрахування на соціальні заходи; матеріальні витрати; амортизація; фінансові витрати; інші витрати за обмінними операціями (курсові різниці, витрати, пов’язані з реалізацією активів, уцінка активів, втрати від зменшення корисності активів тощо) та необмінними операціями (трансферти (субсидії, гранти, соціальні виплати тощо); інші витрати за необмінними операціями (витрати, пов’язані з передачею активів, що передають суб’єкти державного сектору суб’єктам господарювання, фізичним особам та іншим суб’єктам державного сектору для виконання цільових заходів, неповернення депозитів тощо).

Облік витрат ведеться на таких субрахунках: 8011, 8111 «Витрати на оплату праці», 8012, 8112 «Відрахування на соціальні заходи», 8013, 8113 «Матеріальні витрати», 8014, 8114 «Амортизація», 8115 «Інші витрати», 82 «Витрати з продажу активів», 83 «Фінансові витрати», 8411 «Інші витрати за обмінними операціями», 8511 «Витрати за необмінними операціями».

На вказаних рахунках та субрахунках відображається інформація за групами, де кожна група включає різні види доходів і витрат, враховуючи галузеву специфіку бюджетних установа. У зв’язку з цим, актуальним постає завдання щодо розробки аналітичних рахунків до субрахунків доходів і витрат.

Заслуговує на особливу увагу розроблена форма аналітичних рахунків Н.І. Сушко в статті «Розробка робочого плану рахунків», де аналітичними складовими об'єктів запропоновано визначати: вид коштів; код програмної класифікації видатків; код економічної класифікації видатків [5].

Зважаючи на специфіку діяльності бюджетних установи та універсальність Плану рахунків вважаємо за необхідне висвітлити застосовувані установою субрахунки доходів і витрат із визначеною аналітикою в додатку до облікової політики у вигляді Робочого плану рахунків. Оскільки затверджений План рахунків не має окремих синтетичних рахунків для обліку операцій з коштами загального та спеціального фондів, а складання фінансової та бюджетної звітності установи передбачається саме у такому розрізі та із застосуванням кодів класифікації бюджету, вважаємо за необхідне ввести до існуючих субрахунків аналітику у розрізі кодів економічної класифікації та видів коштів.

Аналітичні ознаки об'єктів обліку варто відображати шляхом кодування аналітичного рахунку. Правила вказаного кодування пропонуємо визначити установі у Порядку відкриття аналітичних рахунків. Аналітичні рахунки доходів і витрат пропонуємо розроблювати наступним чином:

7511 — перші чотири знаки — код субрахунку;

75112 — п'ятий знак ідентифікує фонд (загальний фонд — 1, спеціальний фонд — 2);

751121 — шостий знак ідентифікує групу власних надходжень спеціального фонду (відповідає номеру групи);

7511211 — сьомий знак визначає підгрупу групи власних надходжень (відповідає номеру підгрупи);

75112112800 — 8–11 знаки ідентифікують КЕКВ, за яким проводять операцію.

Введення запропонованої аналітики дозволить установі більш детально відображати доходи і витрати з розрізі кодів економічної класифікації та швидше групувати інформацію для прийняття управлінських рішень щодо ефективності використання бюджетних кошів та формування фінансової та бюджетної звітності.

Перелік використовуваних установою субрахунків бухгалтерського обліку з уведеною аналітикою до них (Робочий план рахунків), а також Порядок відкриття аналітичних рахунків установа має надавати в додатку до Положення про облікову політику. Не забороняється протягом року внесення змін до Робочого плану рахунків. Такі процедури потрібно оформляти шляхом видання відповідних наказів керівником установи на підставі клопотання головного бухгалтера. При цьому, також необхідно забезпечити дотримання єдиних облікових правил з головним розпорядником бюджетних коштів.

Висновки. За результатами дослідження доходимо висновків, ведення управлінського обліку доходів і витрат рекомендовано здійснювати за допомогою відкриття аналітичних рахунків до субрахунків доходів і витрат за обмінними та необмінними операціями бюджетних установ із застосуванням кодів класифікації бюджету та вводити до існуючих субрахунків аналітику у розрізі кодів економічної класифікації видатків та видів коштів.

Література:

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку в державному секторі 124 «Доходи»: наказ Міністерства фінансів України від 24.12.2010 № 1629 URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0089-11.
2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку в державному секторі 135 «Витрати»: наказ Міністерства фінансів України від 18.05.2012 № 568 URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0903-12.
3. Про затвердження Плану рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі: наказ Міністерства фінансів України від 31.12.2013 № 1203 URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0161-14.
4. Про затвердження Порядку застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі: наказ Міністерства фінансів України від 29.12.2015 № 1219 URL https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0085-16.
5. Сушко Н.І. Розробка робочого плану рахунків. Баланс-Бюджет. 2017. № 5–1. С.2–22.

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ, СОЦІОЛОГІЇ ТА ПСИХОЛОГІЇ

ПЛАТФОРМА 3
ФІЛОСОФСЬКІ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА НОВАЦІЇ

Дядя Д.Є.
«Фінанси, банківська справа та страхування», 1 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
Університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — канд. філос. наук, доцент Кучера Т.М.

РОЛЬ ГЕДОНІЗМУ В ЖИТТІ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ

Вступ. У наш час великих соціальних зрушень проблема гедонізму набирає особливо актуального значення. У суспільстві відбувається різка переорієнтація на речі. Усе перетворюється у власність: майно, земля, природні надра, освіта, засоби виробництва. Людина оцінюється за кількістю майна. Багатство стає мірилом щастя. Заради досягнення матеріальних благ людина відмовляється від особистої свободи, від свого "я", яке постійно змінюється у відповідності з принципом "я такий, який вам потрібен", перетворює себе на товар і прагне на ринку праці якнайдорожче себе продати, враховуючи свою освіту, кваліфікацію і професійний досвід.

Глобалізація сучасного суспільства спричиняє кардинальні зміни в ньому. Люди, а особливо молоде покоління, прагнуть до збагачення, а це стає метою життя, що призводить до власного незадоволення та веде до глибинних депресивних станів всього суспільства. Саме тому гедонізм, як філософський напрям, є актуальним у сучасній Україні, частина якої перетворилася на арену військових дій, а інша — є її вболівальниками [3, 142].

Огляд фахової літератури. Незважаючи на популярність терміну, сама проблема гедонізму представляється мало вивченою. Гедонізм, як етичне вчення, в основі якого лежить принцип насолоди, розглядався в роботах, присвячених античній етиці, зокрема, Арістіппа та Епікура.

Дослідження гедонізму охоплюють майже весь спектр проблеми від його виправдання (Ламетрі, Сад) до нездатності гедонізму змінити життя (Е. Шумахер, Д. Медіус). Спалаху гедоністично-споживацьких форм поведінки людей і падінню моралі в сучасному суспільстві присвятили свої дослідження Д. Белл і О. Тоффлер. Проблемами насолоди тіла, спокус і бажань займались Ж. Бодрійар, Ж. Делез, Ж. Лакан. Дослідження Е. Фромма [2] щодо проблем буття і володіння, як основних проблем сучасного суспільства і виживання людства також привели його до висвітлення проблем гедонізму. Етичним проблемам гедонізму присвячували свої дослідження А. Швейцер і Е. Ф. Шумахер.

У цих роботах чи не одним з основних достоїнств гедоністичних вчень вважається їх атеїстична спрямованість. Найчастіше гедонізм трактується як надмірне прагнення до чуттєвих насолод і зв'язується з відступом від загальноприйнятої моралі. Незважаючи на те, що обґрунтування гедонізму має довгу історію, його негативна оцінка, настільки ж давня, домінує досі. Популярні в постмодерністських дослідженнях теми насолоди тіла, спокуси і бажання можна розцінювати як становлення нової форми вчень про задоволення [5].

Мета дослідження. Аналіз провідних цінностей сучасного молодіжного студентського середовища, які формуються під впливом радикальних соціально-політичних змін, що відбуваються в Україні, а також окреслення стану гедонізму в умовах глобалізованого суспільства, міри задоволеності української молоді та виявлення тих чинників, які дають можливість отримувати радість.

Методи дослідження. Аналіз та синтез, узагальнення інформації з періодичних видань, вітчизняної та зарубіжної наукової літератури, порівняння та аналогія, метод історичного та метод логічного аналізу.

Результати дослідження. Майбутнє належить молодим. Сьогодні все більше молодих людей хочуть гарно жити, прагнуть відчути смак життя, зробити його яскравим, приємним і незабутнім, але поняття добра і зла втратили свою конкретність і перестали бути ключовими в практичній діяльності людини. Звуження життєвих інтересів до збагачення і підпорядкування цьому практичної діяльності розвиває в людині негативні якості: жадобу, заздрість, гординю, брехню, ненависть, байдужість та інші, які психологія відносить до негативних, а релігія до гріхів. Добром часто вважається все, що приносить задоволення і позбавляє людину страждань. Таке відношення до життя часто вступає в конфлікт із природним призначен-

ням людини. Форми й інтенсивність прояву емоцій і почуттів у значній мірі залежать від соціальних факторів: виховання, освіти, рівня культури, середовища, традицій.

Задоволення від досягнення своїх бажань є головною метою філософії гедонізму, але що собою представляють ці задоволення? Їх можна розділити на два види: фізіологічні, як досягнення якогось бажання за рахунок когось або чогось, і духовні — за рахунок духовного зростання людини.

Фізіологічні задоволення тимчасові, полярні, породжують егоїзм і антагонізм у суспільстві, спонукають людину до аморального способу життя, руйнують її фізичне і духовне здоров'я, переповнені стражданнями, протиставляють людину і природу, ведуть до самознищення людини як виду.

Духовні задоволення — це чиста радість. Вони позачасові й істинні, узгоджуються з еволюційним розвитком людини, роблять людину щасливою, оскільки відповідають природі людини.

Найпростіші задоволення людина прагне отримати із зовнішнього середовища, шляхом привласнення, з найменшими затратами духовних сил. Для носіїв цих рівнів свідомості обман і насилля найкоротший, найпривабливіший і найпримітивніший шлях до отримання задоволення. Повна залежність психіки і розуму людини від затемнених вітальних вібрацій нижчого рівня — заздрощів, гордині, жадоби, ненависті і страху часто спонукає до аморального способу життя. Такі люди не здатні гармоніювати свої відношення зі світом, а тому страждають різними неврозами.

Купівля задоволення за гроші — другий егоїстичний шлях здобуття насолоди із зовнішнього середовища. Уся діяльність людини зосереджена на здобутті грошей, які стають мірилом життя. Людина, повністю підпорядкована ідеї накопичення багатства, зневажає мораль, вона егоїстична, не бачить потреби і не хоче працювати над розширення своєї свідомості, деградує як особистість. Маючи гроші, людина почувається господарем своєї долі і не обтяжуючи себе, купує будь-що: кохання, майно, дружбу, владу.

Найбільшим і найпотужнішим джерелом отримання задоволення ззовні є влада, а тому вона повинна бути під постійним контролем суспільства. Люди з сильним "Его" і високим інтелектом або витонченим розумом здатні досягти великих висот у владних структурах і принести велику користь суспільству, але якщо можновладець має низькі морально-етичні якості, то це призводить до викривленого усвідомлення своєї ролі в суспільстві, свого призначення провідника нації, відчуття своєї відповідальності перед народом і потреби працювати на його благо. Це стає великим нещастям для суспільства і призводить можновладця до надмірного зловживання владою.

Любов, як прояв людських почуттів не вимагає від людини ні зусиль, ні аскези. Любов'ю пронизані всі рівні свідомості — від найнижчого до найвищого, любов'ю освячені відношення між людьми, відношення у сім'ї, відношення між батьками і дітьми, і всі інші відношення людини і природи. Любов є великою силою життя. Недарма християнська релігія пропагує любов як спасіння, як шлях до Раю. Люблячій людині нічого не потрібно, вона віддає. Природа задоволення змінює свій вектор напрямку на протилежний. Людина отримує велике задоволення від того, що вона робить когось щасливим.

Висновки і пропозиції. Філософське ставлення до поняття гедонізму, яке було закладене ще античними мислителями, є надзвичайно актуальним для сучасного українського суспільства, адже задоволення кожного з членів соціуму веде до задоволення всієї нації.

Прагнення до задоволення властиве людині або суспільству, здатному до рефлексії з приводу страждання. Можна припусити, що: гедонізм як вчення про подолання страждання є результатом культурного, духовного, емоційного розвитку суспільства і особистості; гедонізм як вчення про досягнення задоволення є проявом суб'єктивного індивідуалізму; він формується як прагнення до подолання не тільки чуттєво-тілесних страждань, скільки духовних.

Я вважаю, найвищою формою отримання задоволення є творчість, не як досягнення якогось бажання, не як ментальний процес, а як переживання, прояв людських здібностей, духовний ріст. Творчість має місце на всіх рівнях свідомості: від найнижчого до найвищого. Це прояв психічного, істинна субстанція людини, внутрішня і наполеглива праця над собою, яка супроводжується очищенням свідомості від важких темних вібрацій, її розширенням і одночасно звільненням потенційної радості в людині. Задоволення як прояв вітальних вібрацій в людині нейтралізується і наповнює її чистою духовною радістю. Тільки щасливі люди, розширивши свідомість, здатні отримувати безпосередні знання із Всеосяжного Розуму, "поділитись" ними з суспільством і змінити власне життя на краще.

Література:

1. Аристотель. Никомахова этика // Аристотель // Сочинения. В 4-х т. — Т. 4. — М.: Мысль, 1983. — С. 54–293.
2. Фромм Е. Мати або бути / Е. Фромм. — К. : Український письменник, 2010. С. 96–200.
3. Матвієнко. І.С. Гедонізм у сучасному суспільстві (філософське усвідомлення) // І.С.Матвієнко, О.С.Саранюк // Мультиверсум. Філософський альманах. —2015. — Випуск 3–4 — С. 141–142.
4. Шманько О.В. Трансформация ценностных ориентаций украинской молодежи // International Scientific Research Journal — 2016. — № 4, С. 2–3. — ISSN 2308-8079.
5. Жадан В.Б. Феномен гедонизма как культурный концепт // 2014. [Електронний ресурс]. — Джерело доступу: https://periodicals.karazin.ua/thcphs/article/view/2138/1877
6. Rosenbloom Stephanie. But Will It Make You Happy? [Електорнный ресурс] // The New York Times. — Режим доступу: http://www.nytimes.com/2010/08/08/business/08consume.html? pagewanted=3&ref= business&src=me&_r=0.

Кулагіна І. І.
«Фінанси, банківська справа та страхування», 1 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
Університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — доцент Войнаровська Людмила Іванівна

ФІЛОСОФСЬКА ОСНОВА ЕКОНОМІЧНИХ ТЕОРІЙ: ІСТОРИЧНИЙ ВИМІР

Актуальність дослідження методологічної ролі філософсько-економічних знань у сьогоденні визначається тим, що розвиток українського суспільства (в умовах формування глобальної економічної системи) вимагає соціальної модернізації, а це унеможливлюється низкою причин: не повною мірою досліджені структура та потенціал філософсько-економічного знання; не визначені основні чинники та світоглядні засади формування самобутньої програми економічного розвитку, що є необхідністю для будь-якої країни, яка прагне економічного зростання.

Методи дослідження. Історико-компаративістська парадигма дозволила, окрім порівняльного аналізу різних етапів в розвитку філософсько-економічного знання, провести паралелі між ствердженням принципів раціоналізації у філософії та розвитком ринкової економіки. Використання аналізу ісистематизації допомогло розкрити особливості тих форм економічних знань, що містяться в поняттях «економіка», «політекономія», «економікс».

Огляд фахової літератури.Теоретичний аналіз економічного знання у методологічному контексті сучасної філософії науки здійснювали: Дж. Б'юкенен, І. Лакатос, П. Фейєрабенд, Ф. Фукуяма, Е.Тоффлер, Ю.Габермас, та інші.

На сучасному етапі досліджень економічної сфери суспільства виокремлюються праці з методології філософії економіки А.Гальчинського, А.Гриценко В.Іноземцева, які аналізують філософсько-економічну теорію розвитку; взаємозв'язок метафізики та економіки досліджується у працях В.Д.Базилевича, В.В.Ільїна, І.К.Бистрякова; філософський аналіз економічної діяльності досліджують В.В.Ільїн, З.Е.Скринник; загальнометодологічні проблеми розвитку філософії економіки розглядаються у працях В.Г.Кременя, Ю.М.Пахомова, С.В.Пролеєва, та ін.

Жоден видатний філософ не оминав своєю увагою економічну проблематику. Ксенофонт був першим із древніх мислителів, хто звернув увагу на позитивний поділ праці на фізичну та розумову, вдосконалив науковий термін *«економіка»*. Йому належить праця «Ойкономія», в якій виражається ідея про ведення натурального господарства (землеробство, ремісництво) як основного виду діяльності (процесу створення корисних речей). Арістотель, наприклад, виділяє два типи організації господарства: *економіку* (спрямовану на задоволення важливих природних потреб) і *хремастику* (спрямовану на збагачення шляхом накопичення грошей, майна). Усі види економічної діяльності у вченні Арістотеля, відповідно, також поділяються на дві сфери: природну та справедливу, що орієнтована на користь добра для життя — використання сільського господарства ремесел (економіка) та антиприродну чи нечесну, що спрямована на збагачення спекулятивних звітів і лихварство (хремастика).

Праця в епоху Реформації набуває характеру систематичної суворості, яка служить для здобуття чеснот та врятування душі. Це обґрунтовується положеннями протестантизму, в

якому «використання даного Богом таланту до ведення бізнесу — блага справа» [6, с.41]. Цим обумовлюється перехід підприємництва, ділової активності в категорію моральних чеснот.І якщо ідея стриманості та поміркованості матеріального розвитку була притаманна докапіталістичному суспільству, то капіталістичний спосіб ведення бізнесу підтверджує новий тип економічного мислення, що діє в категоріях грошей, капіталу та фінансового зростання. Виникає перша наукова форма економічних знань — *політичнаекономія* — термін, що був введений у науковий обіг французьким вченим А. Монкретьєном сьєр де Ваттевілем. Поняття «політекономія» було домінуючим майже до ХХстоліття.

Епоха Нового часу та доби Просвітництвау країнах Західної Європи відома становленням та розвитком громадянських соціально-економічних відносин. Розмірковуючи над цими процесами, англійські мислителі-матеріалісти Т. Гоббс, Дж. Локкта Д. Юм одними з перших визначили чинники соціально-економічного життя. Філософи дійшли до висновку щодо провідної ролі держави в суспільстві, оскільки їй належали привілеї встановлювати та зберігати майнові права громадян, регулювати майнові відносини між ними. Однак, спираючись на принципи поміркованості та як противники зосередження надмірних повноважень в одних руках, мислителі виступали за встановлення приватної власності як первинної основи свободи особистості та першопричини держави. Людина народжується вільною і від народження уповноважена захищати своє життя, свободу та власність. Завдання ж ученого мислиться як виокремлення факторів, які «працюють в економіці для її аналізу, а не для реального відособлення» [1, с. 74].

Радикальне переосмислення цінностей класичної школи відбулося в межах маржиналізму останньої третини XIX століття (так звана «революція на маржі» 1870 року). Для А. Маршалла, Ж.-Б. Кларака, В. Парето основним завданням економіки було пояснити, як формуються рівноважні ціни на ринку; чому кожна людина намагається досягти максимального рівня «корисності»; як виникають і розвиваються відносини влади і субординації в діяльності товарних грошей; який сенс повсякденної поведінки людини з її постійними розрахунками прибутку та збитків, що символізує суть ринкової системи?

Після публікації у 1890 році праці англійського економіста Алфреда Маршалла «Принципи економіки» в науковому економічному товаристві ствердився термін «*економікс*». Маршалл запровадив його, щоб показати неефективність державного регулювання економіки (постулат політекономії) наприкінці XIX ст. і доцільність його обмеження в ринковій економіці.

Згодом поняття»економікс» стало позначати сучасну економічну теорію, що розглядає можливості максимізації прибутку при обмежених економічних ресурсах для максимального задоволення необмежених матеріальних потреб [4].

Результати дослідження: 1) з тим, як поступово стверджувалося економіко-теоретичне знання, філософія не заперечувала, а була його концептуальним доповненням. Що більш тісніше економічна теорія виступала у взаємозв’язку з філософією, тим значніші проблеми вона вирішувала. Наприклад, такою проблемою став пошук духовних основ економічного суспільства і способу обґрунтування сенсу і призначення людини в ньому; 2) еволюція ринкового суспільства поставила вимогу залучення філософсько-економічного знання до аналізу соціальних, культурних, ціннісних факторів, які визначили шлях розвитку європейської, а з нею і світової, цивілізацій. Таке становлення зумовлено епохою «економічної революції», яка призвела до формування і ствердження ринкової системи, котра стала «механізмом» виживання суспільства; 3) важливу роль в процесі становлення нового (економічного) суспільства відіграв раціональний тип мислення. Переконаність у всемогутності науки, знань, критичне переосмислення традиції, поставили в центр практичного і ділового життя людину, яка керується власною вигодою, утилітарними моральними принципами.

Висновок: Отже, економічне знання в процесі свого розвитку завжди було наповнене філософськими пошуками вищих смислів буття людини. Кожна економічна теорія, поряд з міркуваннями про власність, вартість, товар, гроші, капітал обґрунтовувала модель облаштування світу людини. На сучасному етапі розвитку людства, коли остаточно ствердився так званий «економізм», який орієнтує людину виключно на економічні цінності, виникає потреба переосмислення такої системи цінностей в контексті філософської антропології та філософії економіки.У такий спосіб філософських вимірів набуватимуть економічна наука, економічна теорія (з усіма її складовими) та реальний економічний простір.

Одним з головних завдань філософії є оцінка того, наскільки адекватно відображає економічна наука економічні реалії, чи достатнім є сучасний інструментарій економічної теорії для оперативного реагування на швидкоплинні зміни в глобальному економічному просторі?

І саме ці питання наразі потребують відповіді з боку філософії економіки, котра здійснює свої пошуки задля виявлення сутності економічної діяльності сучасної людини, перегляду її ціннісних орієнтацій та окреслення перспектив на майбутнє.

Література:

1. Колпаков В.А. Эволюция экономической теории: от А. Смита к неосмитианству // Вопросы философии. — 2006. — № 11. — С. 73–84.
2. Соціально-філософські аспекти розвитку економіки, управління та освіти в умовах формування сучасного суспільства : монографія / За ред.Іщенка М.П., Пантєлєєвої Н.М., Руденка І.І. — Черкаси : вид-во ПП Чабаненко Ю.А., 2017. — 473 с.
3. Основи філософії: Курс лекцій. — Ч. 1. — Одеса: УДАЗ ім. О.С. Попова, 2000. — 176 с.
4. Пунченко О.П., Стокяло В.А. // Економічна теорія. — 2018. — № 3. — С. 29–44.
5. Хайлбронер Р.Л. Философы от мира сего. — М.: КоЛибри, 2008. — 460 с.

Алієва Г. Г.
«Фінанси, банківська справа та страхування», 1 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
Університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — канд. філос. наук, доцент Кучера Т. М.

УТОПІЧНИЙ СОЦІАЛІЗМ ЯК ФІЛОСОФСЬКО-ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ

Актуальність. Суперечливість вищезазначеної тематики полягає в неоднозначності поглядів в працях вітчизняних та зарубіжних авторів. Протягом історії розвитку людства з виникненням поняття «утопія» можна спостерігати однобічне дослідження, яке не дозволяє здійснити глибокий аналіз даного явища. Відсутність чіткої позиції стосовно утопічного соціалізму зумовлює потребу у вирішенні наукового завдання. Вивчення теоретичних засад утопічного соціалізму дозволить виокремити окремі ознаки та особливості напрямку та застосувати отримані результати під час дискусії щодо шляхів вдосконалення світового устрою, а завдяки соціально-філософському переосмисленню явища утопії можна буде розглянути вищезазначену проблему як елемент суспільної свідомості перехідного часу.

Огляд фахової літератури. Не викликає сумнівів, що концепція історії західноєвропейського утопічного соціалізму, розроблена В. П. Волгіним стала головною при подальших філософських дослідженнях, серед відомих вчених, які безпосередньо активно розробляли та досліджували проблеми утопії були Б. А. Барг, О. І. Володін, М. Н. Дайнеко, В. О. Дунаєвський, П. Я. Мірошниченко, І. Н. Осиновський, Т. І. Ойзерман, Т. В. Розова, О. Л. Черткова, А. Л. Рєуель, О. М. Ушков, З. І. Файнбург та інші.

У наукових публікаціях з питань утопічного соціалізму приділено значну увагу громадському вихованню та теократичній державності (Т. Кампанелла), розподілу соціуму на класи та групи (Платон), розглянуто проблеми етичної теорії (А. Сен-Сімон), недоліки суспільних договорів та теорії «право на працю» (Ш. Фур´є).

Мета дослідження. Огляд теоретичних засад утопічного соціалізму як філософсько-економічної теорії, перспективи застосування цих знань.

Методи дослідження. Аналіз та синтез інформації наукових досліджень, наукових праць, використання методу логічного аналізу для узагальнення теоретичних аспектів.

Результати дослідження. В період пізнього Середньовіччя (XVI-XVII ст.) під час значних мануфактурних змін починає вживатися поняття «соціальна утопія», спричинене зародженням капіталістичних відносин та Великими географічними відкриттями. Саме в цю добу активізувалися міркування про рівень справедливості тогочасного суспільства, політичний та економічний устрій.

Безперечно, серед мислителів раннього утопізму можна виокремити діяльність Томаса Мора, погляди якого становили «підґрунтя» для майбутніх досліджень. Його настрої, спричинені співчуттям до страждання народних мас, стали основою до написання всесвітньо відомої праці «Утопія», в якій висувалися вимоги:

- Ліквідація приватної власності;
- Обов’язковість праці;
- Чітко визначені функції держави;

- Забезпечення миру.

Критики, на думку Томаса Мора, заслуговує монархія та її економічна основа, а також методи первісного накопичення капіталу. Оскільки в утопічному світі все населення зайняте суспільно корисною працею, існує достаток продуктів, необхідних «для життя та його зручностей», і діє справедливий принцип розподілу всіх матеріальних благ — за потребами. Відсутність приватної власності дозволяє Мору будувати виробничі відносини в Утопії за новим принципом: на основі співробітництва і взаємної допомоги громадян, вільних від експлуатації, — у цьому його найбільша заслуга [2].

Значне місце в історії соціальних ідей займає «Місто Сонця» Кампанелли. Вплив цієї книги в XVII і XVIII століттях великий. Вона викликала цілий ряд наслідувань та переспівів. Проаналізувавши вищезазначену працю, можна виокремити наступні ключові моменти:

1) причина дисбалансу — соціальна нерівність, існування багатства й убогості. Панування в суспільстві приватного інтересу породжує нічим не стримувана себелюбність, індивідуалізм, зневага до інтересів інших людей, суспільства в цілому;

2) найвпливовіший компонент ладу Міста Сонця — загальна участь у праці. В Солярії «того вважають за достойного, хто вивчив найбільше мистецтв і ремесел і хто вміє застосовувати їх з великим знанням справи» [1];

3) найперший обов'язок громадян — заняття сільським господарством. Обробкою ланів, доглядом за посівами та скотарством займаються всі міські жителі.

Кампанелла підкреслював, що солярії, жителі Міста Сонця, трудяться на совість, існує заохочення юних соляріїв, що відрізнилися на лекціях, у наукових диспутах і військових заняттях. Споживання в такій державі буде також суспільним, виходячи з потреб. Відносини між людьми ґрунтуватимуться на принципах дружби, взаєморозуміння, товариського співробітництва.

Перша половина XIX століття — період розповсюдження ідей утопічного соціалізму, який спирався на ідеї рівноправності. Особливою увагою були наділені погляди таких видатних діячів пізнього утопічного соціалізму, як А. Сен-Сімон, Ш. Фур'є, Р. Оуен.

Анрі де Сен-Сімон звертався до трьох класів, з яких складалося суспільство. Перший клас рухає вперед людську думку; другий за своєю суттю консервативний і є опорою порядку; третій — ворожий панівному ладу, заснованому на нерівності й підлеглості, вимагає нового устрою, основу якого повинна становити рівність [3].

На думку Сен-Сімона, чинниками, що сприяють прогресивному розвитку суспільства, є наступні:

1. Викуп земель у власників.
2. Скасування спадкових соціальних привілеїв.
3. Ліквідація феодальної влади.
4. Законодавча влада в руках парламенту.

Попри погляди представників раннього періоду, Сен-Сімон вважав, що приватна власність не заважає діяльності людини. У християнстві він підтримував моральний принцип: «Усі люди — брати» і висловлював сподівання, що духовенство можна використати у процесі морального виховання суспільства. «Держава, — писав він, — повинна, передусім, подбати про долю пролетаріату, дати працездатним гарантовані місця роботи, а нездатним до праці — утримання» [3].

Поставив собі завдання вивчення і поширення утопічних поглядів і французький мислитель Шарль Фур'є. Визначною стала його робота «Трактат про домашню землеробську асоціацію», в якій дослідник детально описав складові суспільного ладу.

Висновки. Аналізуючи вищезазначені праці, діячів раннього періоду утопізму, потрібно підкреслити спільні риси, які характеризують напрямок:

- Відсутність приватної власності;
- Колективна праця;
- Ліквідація поділу суспільства на такі верстви населення, як багаті та бідні;

Щодо пізнього періоду утопічного напряму, на відміну від раннього, він не відмовляється радикально від існування приватної власності. Представники утопічного соціалізму критикували капіталістичний лад і змальовували «фантастичні картини» світлого майбутнього. Вони стверджували, що ринкові відносини і приватна власність в історичному плані минущі, вірили в прихід такого ладу, який принесе людям свободу, рівність, братерство та щастя.

Цей напрям економічної науки має досить значимі елементи з погляду передбачень, що збулися, соціального й економічного характеру. Це видається особливо актуальним з ураху-

ванням нинішніх реалій сучасного суспільства, що вимагають вироблення соціально орієнтованих концепцій розвитку економіки країни.

«Справедливе суспільство» різні автори бачили по-різному, але в цілому вже тоді окреслюються певні «обов'язкові» риси майбутнього суспільства, які були розвинені згодом їх послідовниками.

Література:

1. Томаззо Кампанелла «Місто сонця». [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://lib.ru/INOOLD/KAMPANELLA/suntown.txt
2. Томас Мор «Утопія». [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.ukrlib.com.ua/world/printit.php?tid=3752
3. Утопічний соціалізм. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.info-library.com.ua/books-text-8936.html
4. Ринкова ідеологія: утопія чи розвиток. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://tyzhden.ua/Columns/50/224981
5. Економічні погляди великих соціалістів-утопістів. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.info-library.com.ua/books-text-3565.html
6. Критично-утопічний соціалізм. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://studopedia.su/5_5797_kritichno-utopichniy-sotsializm.html

Єрешко К. А.
«Фінанси, банківська справа та страхування», 1 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
Університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — ст. викладач кафедри філософії Пітякова Т. С.

ЕТИЧНІ ОРІЄНТИРИ НАУКИ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ

Актуальність теми: Сучасна цивілізація характеризується застосуванням новітніх технологій, які розроблені на основі фундаментальних теоретичних досліджень, що призводить до творення «штучного» світу людської життєдіяльності, і які стають об'єктивною загрозою самому існуванню людини як біологічної істоти. Наука, якій ми завдячуємо новими відкриттями, гіпотезами, теоріями, з одного боку, розширює наші пізнавальні горизонти, з іншого, — стає причиною глобальних проблем і викликів сучасності.

Тому такі етичні проблеми науки, як межа втручання у внутрішній світ людини, граничні можливості людського життя, відповідальність вченого перед людством за результати наукової діяльності, набувають актуальності, як ніколи раніше. З наукою пов'язані наші сподівання на подолання наслідків глобальних катаклізмів, що призводить до необхідності філософського осмислення моральних засад наукової діяльності, виокремлення ціннісних принципів, якими керуються науковці. Даною проблематикою, серед інших, і опікується етика науки, як одна із провідних серед дослідних галузей сучасних прикладних етичних розвідок.

Зі зростанням технічних можливостей суспільства, об'єктом наукового зацікавлення стає передусім сама людина і особливо гостро постають етичні проблеми у сфері міждисциплінарних досліджень науки, що призводить до. виокремлення етичних проблем фізики, біології, генетики, техніки.

Методи дослідження. В роботі застосовувалися загальнонаукові методи порівняльного аналізу і синтезу. Застосування принципу об'єктивності дозволяє уникнути неупередженості під час аналізу зазначеної проблеми.

Метою даної роботи є виявлення основних етичних проблем, які виникають на сучасному етапі розвитку науки.

Огляд фахової літератури: Проблемі етичного виміру науки присвячені роботи таких дослідників, як К. Апель, Т. Аболіна, Е. Агацці, Г. Йонас, В. Кулініченко, М. Лазар, І. Лейман, В.Нападиста, В. Хьослє, І. Фролов, А.Швейцер та інших.Серед найважливіших моральних проблем, сучасні дослідники виділяють: етичні проблеми генетики та досягнень генної інженерії, акцентуючи увагу на необмеженості та небезпеці наслідків таких експериментів; виявлення особливостей моральної та соціальної відповідальності вченого перед людством;

відповіді на питання, чи не є небезпека застосування біотехнологій більш реальною, ніж ті блага, які вона може забезпечити [6]; етичні проблеми, які виникають в процесі роботизації, комп'ютеризації праці.

Результати дослідження: В дослідженнях складних людиновимірних систем моральні норми починають відігравати соціопрактичну роль. Так, біоетика, як відповідь на негативні наслідки впровадження новітніх медико-біологічних технологій і проявів глобальної екологічної кризи, формулює етичні стандарти у взаємовідносинах «лікар-пацієнт», які відображені у правилах правдивості, конфіденційності, інформованої згоди, у ставленні до пацієнта як автономного суб'єкта, а не лише як до об'єкта медичної практики чи експерименту. Створюються етичні комітети, які опікуються розробкою рекомендацій щодо конкретних проблемних ситуацій медико-біологічної діяльності як з теоретичного, так і практичного погляду [4, с. 46].

Одним із важливих етичних орієнтирів науки сьогодення є відповідальність вченого, яка розуміється як моральна відповідальність за власні відкриття, відповідальність перед іншими науковцями, науковим співтовариством у цілому, а також відповідальність перед суспільством. Така відповідальність надзвичайно зростає, коли мова йде про вирішення глобальних екологічних, демографічних, біологічних та інших проблем. Значущою є позиція дослідників, які вбачають підґрунтя моральної відповідальності науковців в тих ціннісних засадах, якими вони керуються у своїй діяльності.

Адже, коли у вченого відсутні чіткі моральні критерії, виникають ризики задля цікавості, «інтересу до справи», продовжити будь-який «експеримент» і в результаті отримати смертельні речі (віруси, зброю, технології маніпуляції) для людства, особливо, коли такі дослідження підтримуються силою держави, або силою грошей.

Ще В.І.Вернадський застерігав щодо небезпек відчуження наукової спільноти від норм загальної етики внаслідок «замкненості і заглиблення у суто наукову проблематику» [5, с. 82], а тому актуальним залишається його вислів: «Вчені не повинні закривати очі на можливі наслідки їхньої наукової роботи, наукового прогресу. Вони повинні почувати себе відповідальними за всі наслідки їхніх відкриттів. Вони повинні пов'язувати свою роботу з кращою організацією всього людства» [5, с. 89], — є особливо актуальними сьогодні.

Висновки: Важливими серед етичних проблем науки є проблеми етики вченого, а саме: авторство наукових відкриттів, рівність перед наукової істиною, інтелектуальна власність, плагіат, компетентність, фальсифікація відкриттів, рецензування, етична оцінка тощо [2]. Вчений несе персональну відповідальність за повноту та достовірність своїх досліджень, коректність щодо використання робіт своїх колег, та вірності зроблених ним висновків. Він мусить бути здатним передбачити наслідки, які може мати його відкриття для людства, і ніколи не повинен жертвувати моральними принципами в ім'я науки.

Отже, етичні проблеми та моральні орієнтири є важливою складовою сучасного наукового знання. Морально-етичне регулювання, формування етичної культури високого рівня мають стати засадами майбутнього розвитку науки, а формування системи універсальних цінностей сприятиме розв'язанню етичних дилем та вирішенню конфліктних ситуацій.

Література:

1. Бойченко Н. М. Етичні аспекти університетських цінностей // СОФІЯ. Гуманітарно-релігієзнавчий вісник. — № 1(1)/2014 — С. 37–43.
2. Етичний кодекс ученого України. Затверджено зборами Національної академії наук 15 квітня 2009 р. // Бюлетень ВАК. — 2009. — № 6. — С. 15–18.
3. Мирутенко Л. Г. Особливості проблематики постнекласичної етики науки / Л. Г. Мирутенко // Гілея: науковий вісник. — 2013. — № 72. — С. 372–377.
4. Прикладна етика : навч. посіб. / Т. Г. Аболіна, В. Г. Нападиста, О. Д. Рихліцька та ін. ; за наук. ред. В. І. Панченко. — К. : Центр учбової літератури, 2012. — 392 с.
5. Романець О.В. Відповідальність вчених за результати своєї діяльності в контексті етичних поглядів В.І. Вернадського (на матеріалах генетики) / О. В. Романець // Наука та наукознавство. — 2012. — № 3. — С. 79–90.
6. Сидоренко Л. І. Етика науки. — Режим доступу: http://www.philsci.univ.kiev.ua/biblio/etik-sidorenko.html

Висоцька М. О.
«Туризм», 1 курс, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
ауковий керівник — професор кафедри філософії,
д. філос. н Вільчинський Ю. М.

РЕЛІГІЙНО-ФІЛОСОФСЬКІ СИСТЕМИ В ЯПОНІЇ

Традиційна японська культура — це складна динамічна система релігійно-філософських, етичних, естетичних, соціально-політичних уявлень та цінностей, що виникли як в самій Японії, так і сформувались під впливом континентальних учень протягом багатовікової історії розвитку культурних, політичних, економічних контактів Японії з материковими цивілізаціями. Особливу роль в формуванні глибоко самобутньої культури зіграла національна релігія японців — синтоїзм. Поряд з буддизмом, конфуціанством, даосизмом, а, пізніше, християнством, синтоїзм задав базові параметри для національної ідентифікації та став невід'ємною частиною традиційного світосприйняття [2].

Актуальність даної роботи. Важлива особливість вивчення релігійно-філософських систем в рамках традиційної культури Японії, яка визначає пріоритетність осмислення пов'язаних з ними питань полягає в тому, що дане явище як наукова проблема визнається порівняно пізно. Японія за кордоном вважається країною без національної релігії, але одна релігія з тих, що превалюють у країні (а саме синтоїзм) може вважатися японською національною релігією.

Проблематика моєї роботи полягає в формуванні сучасної культури Японії, як результат зіткнення східноазійської острівної нації з філософією, релігією, культурою сусідніх держав і Європи, а також формуванні синтоїзму як національної релігії Японії.

Метою роботи є дослідження релігійно-філософських систем в Японії, визначення превалюючих систем і причин їх першості, аналіз синтоїзму як національної релігії, протиставлення його буддизму.

Методами дослідження в даній роботі є опрацювання теоретичних джерел, описовий метод, а також порівняльно-зіставний.

Огляд фахової літератури. Традиціоналістський напрямок у вивченні проблематики японських релігійно-філософських систем представлено роботами числених японських вчених (Като Г., Янагіта К., Мураока Ц. та ін..), а також західних вчених (Я. Рідер, Б. Ерхарт, Дж. Нельсон). Зазначені автори постулюють системи (а особливо синтоїзм) як духовну основу японської нації і японської цивілізації, яка існує в Японії з найдавніших часів і зберігає тісний зв'язок з японським способом мислення. На даний момент західна філософія характеризується свідомою відмовою від вивчення синтоїзму як цілісної і незалежної релігії. У процесі дослідження японської культури виявилися важливими роботи вітчизняних і зарубіжних сходознавців, які вивчають історію і концептуально-ідеологічні сторони аналізованих релігійно-філософських систем [1–4] (А.Н. Мещеряков, Л. М. Єрмакова, Е.М. Дьяконова, Е.К. Симонова-Гудзенко, С.А. Арутюнов, С.Б. Маркарьян, В.Е. Молодяков, Сонсом Дж. Б., Б. Ерхарт та ін.).

Аналіз наукових публікацій вищевказаних дослідників свідчить про те, що при відсутності єдиного підходу до трактування сутності та поняття релігійно-філософських систем, немає єдиної думки про ступінь їх впливу на види і форми японської культури, що є проекцією як складності самих об'єктів, так і недостатнього ступеню їх вивченості. На рівні філософсько-культурологічного розуміння проблема впливу систем на культурогенез японців, і зокрема, на становлення синтоїзму як самобутньої художньої традиції не була представлена як самостійна наукова задача.

Результати дослідження:

- було визначено основні релігійно-філософські системи;
- встановлено превалюючі системи (буддизм і синтоїзм);
- знайдено країни-засновники релігійно-філософських систем і спосіб їх надходження до Японії.

Висновки і пропозиції:

Отже, істотний вплив різних релігійно-філософських вчень Японії (зокрема, буддизму, конфуціанства, даосизму, пізніше — християнства) на специфіку розвитку аксіологічних установок суспільства, і в цілому на характер тих, що протікають в даному ареалі культурних процесів було переконливо продемонстровано багатьма поколіннями дослідників культури

Японії. Не викликає сумніву й та обставина, що традиції були запозичені, проте не повністю і не безумовно, а піддалися досить серйозній адаптації. Після багатьох століть існування їх вже важко сприймати як щось, що прийшло ззовні, настільки органічно увійшли вони в духовне життя японців. Сам факт прийняття одних елементів і заперечення інших дозволяє говорити: про деякий механізм відбору у вже сформованому в рамках сприймаючої культури; про наявність певної духовної основи суспільства, стійкої настільки, щоб не дозволяти корінне трансформування існуючих традицій; і, що найголовніше, про особливий тип сприйняття, який проявляється в той момент, коли культура отримує новий стимул розвитку [1].

Я вважаю, що синтоїзм повинен бути максимально впроваджений в японську культуру, оскільки саме ця релігія є національним ідентифікатором східноазійської острівної нації.

Література:

1. Ерхарт Б. Х. «Ніхон сю:ке:но секай»(Світ японських релігій) / Х. Б. Ерхарт. Осака: Сюсебо:, 1994. — 242 с.
2. Єрмакова Л. М. «Культи і вірування в ранньому періоді японської культури» / Єрмакова Л. М. // Синто шлях японських богів. — Т.1. Нариси з історії синто, 2002. — С. 358–408.
3. Мещеряков А. Н., Грачов М. В. «Історія стародавньої Японії», 2002. — 512 с.
4. Сенсом Дж. Б. Японія: «Коротка історія культури» / Дж. Б. Сенсом; пер. з англ. Е. В. Кірілова, 2002. — 576 с.

Olena Plachkovska,
2nd year student
of the Faculty of Personnel Management, Sociology and Psychology,
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman, Ukraine

PROSPECTS OF FOREIGN STUDIES AND SUCCESSFUL EMPLOYMENT OF UKRAINIAN YOUTH

Young people in Ukraine are seeking higher education abroad. Every year more and more Ukrainians want to study in Western universities. When a family asks where to go to school, parents think about education abroad. This can be explained by the desire of parents to give their children deep knowledge, quality education, a prestigious diploma and make their future secure. Compared to foreign countries, the development of our education system is a bit stuck in the past. The style of teaching subjects, the outdated base, the lack of innovations are the factors that influence the choice of Ukrainians in favor of other countries. The advantages of studying abroad are: obtaining a diploma that is recognized worldwide; study and improvement of foreign language knowledge; gaining experience and practice; employment opportunities in international companies.

According to the Internet platform KudaPostupat — an international portal created to find relevant and reliable information about educational institutions in Ukraine and Europe, today popular countries for learning among Ukrainian youth are: Poland, Czech Republic, Canada, Austria, Great Britain, Germany, United States, France [1]. Among these countries, Poland ranks first in the number of Ukrainian students. And this is not surprising, because this country has a number of advantages: territorial and cultural proximity; easy to learn language; upon graduation — obtaining a diploma of European standard; affordable cost of education and living in the country; opportunity to combine training and part-time work.

According to the Ukrainian service of the Polish Radio, only 9 % of Ukrainian students plan to return home after their studies. 29 % want to move to another EU country, 28 % want to stay in Poland. 26 % of students do not yet know where they will go. Over the past three years, the number of students from Ukraine in Poland has grown from almost 10,000 to 33,370. Canada is also quite popular among Ukrainian students. There is currently a complex visa system, but this is not an obstacle for Ukrainians to fly to Canada to study. And in this country there is a large Ukrainian diaspora, so students from Ukraine are more likely to adapt in the country of the maple leaf, find friends and like-minded people. One of the most popular countries where Ukrainian students go to get higher education is Great Britain. The countries that are most popular for study and are recognized by Ukrainian students are Germany, the United States and France. These countries provide students with the following opportunities: Tuition is free or at a modest cost; opportunity to receive a scholarship; prospects to stay in the country after graduation and get a job; receiving quality education, high professional knowledge; comfortable living conditions.

Therefore, the popularity of the country chosen by Ukrainian students depends on the field of study. If young people dream of getting an education in fashion, design and style, they go to Italy and France. If they choose business and management, they go to the United States and Canada. And if you decide to study economics, management, finance — you fly to Austria, Germany. Each of these countries can give a Ukrainian student a quality education, practical skills, a diploma and the opportunity to work in prestigious companies. According to CEDOS, the number of Ukrainian students in foreign universities is as follows: Poland — 33,370 people, Germany — 9638, Canada, USA, Australia — 5,414, other EU countries — 17,764 people. While in Ukraine the number of budget places in universities is declining, foreign higher education institutions, on the contrary, offer more and more opportunities to obtain a diploma for free. There are many options: from participation in the competition at the time of admission, to receive a grant or scholarship. For example, the Erasmus + program is one of the opportunities to go to Europe to study. Students have a nice bonus — they receive a scholarship abroad.

ERASMUS + countries: 28 EU member states; countries of the Economic Union: Iceland, Norway, Liechtenstein; candidate countries: Turkey, Macedonia and Serbia (since 2018). Advantages of the program: students gain new knowledge; raise their professional level and skills; in comparison with the system of education in their country and abroad, students note for

themselves the useful moments of studying at a European university and bring home new ideas; get acquainted with the culture of the new country; have a great opportunity to improve their foreign language skills. A nice bonus is the fact that the participants of the student exchange are reimbursed with: the cost of training; residence; plane tickets, transportation costs; Medical Insurance. Students also receive a scholarship that covers the remaining expenses for food and recreation. Students can expect an average of 750-850 euros per month. The size of the scholarship depends on the country to which the student went. The European Commission allocates a budget to each country, from which student aid is paid. The lowest scholarships are received in Bulgaria — 500 euros per month. People who went on an exchange to England or Norway (more than 1,000 euros per month) can count on maximum scholarships [2].

Today, the focus of students who receive higher education abroad — career opportunities, the amount of monetary reward, personal and professional development, the company's image in the market and international experience. International audit firm EY has published the results of the study «Strategic prospects of the labor market of Ukraine — 2017». One of the areas of research was to clarify the criteria for selecting an employer by young professionals. To this end, about 1,500 students from more than 30 leading higher education institutions in Ukraine were interviewed. The most attractive for students is the IT industry, which holds the leadership for three years in a row. Professional services companies are also popular among students. Among the least attractive industries, according to students, are agrochemicals, insurance and the public sector. The Internet remains the most popular source of information about employers. To find information, students most often use employment sites and social networks — they were indicated by more than 75 % of respondents. About the same number of respondents mentioned online media, about half — corporate websites of companies. A significant proportion of students (over 40 %) also receive information from offline sources — from relatives and acquaintances and at job fairs.

The biggest difficulty in the process of finding a job for students is the lack of work experience — it was named by more than 70 % of respondents. The second important factor is the lack of knowledge and skills — this reason was voiced by about 35 % of respondents. In 2017, students were less likely to report high competition in employment, which may indicate an improvement in the labor market situation for candidates. As last year, most young people are ready to move abroad for employment (72 % — within Ukraine, 82 % — abroad, of which 28 % — are ready to live in Ukraine and abroad, depending on the prospects of employment) [3].

So, the majority of Ukrainian youth is ready to move for training and employment. To better adapt to the requirements of the world labor market, students are actively involved in foreign education and employment. At the same time, they intend to work in such areas as services, information technology and the banking sector.

References:

1. Education abroad [Electronic resource]. — 2019. — Mode of access to the resource: https://kudapostupat.ua/osvita-za-kordonom/.

2. Erasmus Plus [Electronic resource]. — 2020. — Mode of access to the resource: https://kudapostupat.ua/erazmus-otrymannia-stypendii/.

3. When choosing an employer, young professionals pay attention to its image and international experience [Electronic resource]. — 2018. — Resource access mode: https://www.pabu.com.ua/ua/mediacentr-3/profesiini-novyny/688-obyraiuchy-robotodavtsia-molodi-fakhivtsi-zvertaiut-uvahu-na-ioho-imidzh-ta-mizhnarodnyi-dosvid.

Бурбела В.
«Управління персоналом, соціології та психології «, 2 курс
ДВНЗ»Київський національний економічний
Університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри соціології Чалюк Ю. О.

МІСЦЕ ВІДЕОІГОР У ЖИТТІ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ

У тезах обгрунтована проблема розвитку та функціонування комп'ютерних ігор в сучасному соціокультурному просторі та виявлення специфіки ігрових комп'ютерних практик на підставі емпіричного соціологічного опитування.

Мета дослідження полягає у аналізі особливостей ігрових комп'ютерних практик сучасного українського суспільства на прикладі аналізу результатів соціологічного дослідження студентів КНЕУ імені Вадима Гетьмана.

Актуальність результатів дослідження полягає у вивченні існуючих різновидів ігор, визначенні їх характерних рис та популярності серед аудиторії, виявленні основних критеріїв для вибору гри споживачами. У роботі окреслені проблеми віртуальної реальності та ігрової залежності.

Методологічною основою дослідження є системний і соціокультурний підходи. Автор використав методи аналізу та синтезу, типологічний та компаративний аналіз. Емпіричною базою соціологічного дослідження є результати опитування студентів КНЕУ імені Вадима Гетьмана, а також аналіз вторинної інформації всеукраїнських соціологічних опитувань.

Теоретичною базою дослідження слугували праці науковців О. Вишневської, Л. Вітгенштайна, А. Войскунського, А. Гомма, Л. Журавльової, О. Камінської, І. Канта, К. Кислюка, І. Кузнецова, К. Леві-Строса, А. Мараховського, А. Мердока, Р. Колінгвуда, О. Фінка, Г. Чайки, С. Шапкіна. Досліджували поняття комп'ютерних ігор та їх вплив на гравців представники постмодерністського напрямку Ж. Дерріда, У. Еко, Ж. Ліотар, Р. Барт.

Сучасна молодь — учні старших класів, студенти вищих навчальних закладів є представниками покоління, що виросло разом з «новітніми технологіями». Комп'ютери, відеоігри, мобільні телефони, інтернет та інший інструментарій цифрової епохи були і залишаються невід'ємною частиною їхнього життя. Сьогодні середньостатистичний випускник школи, на момент випуску, витрачає менш ніж 5 тис. годин на читання книжок та понад 10 тис. годин на відеоігри. Комп'ютерні ігри надзвичайно популярні серед молоді XXI століття, а ринок відеоігор є найбільш прибутковим. Ігри лежать в основі розважального бізнесу. Зараз у всьому світі є понад 2,5 млрд геймерів. За даними Global Games Market в 2019 році 2,5 млрд геймерів витратили 152,1 млрд доларів на ігри, що на 9,6% більше ніж у 2018 році. Основними користувачами відеоігор є молодь. За віковими показниками 58 % — молодь у віці 15–30 років [1].

Й. Гейзінг у своїй роботі «Homo Ludens» грою називав добровільну дію, яка здійснюєть у встановленому місці та часі, супроводжується почуттям напруження і радості. Відеоігри виконують важливу культурно-рекреаційну функцію, вони допомагають відволіктись від повсякденних справ, прикрашають життя, дозволяють дати вихід негативним емоціям. Відеоігри допомагають у формуванні цінностей у таких соціальних інститутах як: економічні, освітні, культурні та сімейні. Відеоігри сприяють об'єднанню гравців у стійкі та тривалі за часом групи, які продовжують існування і після закінчення гри. Й. Гейзинг наголошував, що «партнерів по грі об'єднує почуття перебування в винятковому положенні, спільному занятті важливою справою. Ці зв'язки залишаються і за межами ігрового часу» [4, с. 23].

Захоплення комп'ютерними іграми позитивно впливає на розвиток когнітивних функцій, активізує здатність відстежувати численні об'єкти, покращує зорово-моторні координації, демонструє високі показники селективності уваги. Геймери демонструють більш високу швидкість прийняття рішень, кращу здатність до паралельного виконання кількох завдань. У геймерів краще розвинені просторові здібності, здатність подумки візуалізувати об'єкти, вирішувати завдання на уявне обертання, представляти складні просторові конфігурації об'єктів. Молодь, що грає, може поділитися своїм знанням з іншими гравцями, які дуже часто мають різне соціокультурне походження. Це дозволяє утворювати співтовариства, що досліджують взаємозв'язки в насиченому інформаційному середовищі [2].

Зацікавленість у відеоіграх та геймдев індустрії викликає бажання працювати у цій сфері, розвивати її. Сфера геймдеву — унікальна. Тут є місце для кожного: художники, програмісти, тестувальники, аналітки, економісти, маркетологи, лінгвісти. Залученість до віртуального світу, геймдеву, відеоігор виховує орієнтацію на саморозвиток, прагнення кращого результату, роботу в компанії на високій посаді.

Серед векторів подальшого наукового дослідження є вплив відеоігор на формування громадянської компетентності студентів, використання відеоігор освітніми установами для активного залучення молоді у побудові громадянського суспільства [3].

Комп'ютерні відеоігри мають значний вплив на сучасну молодь. Вони спрямовані на використання розважального компонента для тренування, навчання, лікування, мають потенціал подолання багатьох обмежень традиційного навчання. Відеоігри містять складні та різноманітні підходи до навчального процесу, сприяють співробітництву, підтримують активне навчання.

Література:

1. Newzoo’s Global Games Marker Report. — Режим доступа: https://newzoo.com/products/reports/global-games-market-report/
2. Богачева Н.В. Войскунский А.Е. Специфика когнитивных стилей и функции контроля у геймеров. *Психологические исследования*. 2014. — Т. 7. № 38.
3. Чалюк Ю. О. Диверсифікація освітнього процесу з використанням франчайзингових програм. — Режим доступа: https://projects.dune-hd.com/bitstream/handle/2018/31402/ZE_2019-109.pdf?sequence=1&isAllowed=y
4. Хейзинга Й. Homo ludens. Опыт определения игрового элемента культуры. Москва: Прогресс. 1992. 464 с.

Співаченко Іванна
«Соціологія»,1курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.с.н., доцент кафедри соціології Фляшнікова А. Б.

ЦІННІСНІ ПРІОРИТЕТИ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ

Проблема визначення системи цінностей сучасної української молоді є дуже актуальною у зв’язку зі зростаючими вимогами до становлення активної творчої особистості, що здатна знайти своє місце в суспільстві.

Визначення пріоритетів молоді є однаково важливим, як перепис населення і має проводитись регулярно, як мінімум раз у 3 роки. Зрозуміло, що батьки передають наступному поколінню ті ж цінності, що передали їм їх батьки, а також життєвий досвід. Основні та традиційні цінності зберігаються, як, наприклад, культ сім’ї, але на формування цінностей впливають не лише батьки, тому вони є динамічними. Освіта, громадська активність, реклама, телебачення впливають як на формування, так і на оптимізацію використання цінностей. Для успішної взаємодії молоді, яка є рушієм змін, потрібно проводити подібні дослідження.

Тому метою мого дослідження є аналіз динаміки змін та порівняння ціннісних пріоритетів сучасної української молоді станом з 2016 по 2020 рік. Основними ж завданнями є такі:

− визначити чинники які впливають на формування ціннісних орієнтацій;

− дослідити які проблеми найбільше турбують сучасну молодь;

− дізнатися, як за допомогою цінностей можна вирішувати проблеми сьогодення.

«У 2016 році значна частина молоді зазначила, що в першу чергу найважливішими є власне здоров’я, матеріальний добробут та досягнення поставленої мети, у другу чергу, — третина молоді визначила пріоритетом мир та спокій на українській землі, досягнення соціального статусу/кар’єри, наявність вірних друзів, а також народження та виховання дітей і пошук коханої людини та створення сім’ї, і, у третю чергу — отримання задоволень від життя, пошук роботи за фахом, власне самовдосконалення та здобуття вищої освіти» [1, с. 59].

Щодо мого власного нерепрезентативного дослідження, респондентами якого були студенти КНЕУ, можна сказати, що станом на 2020 рік першим і основним пріоритетом для студентів стало сімейне щастя, наступним — успішна кар’єра. На третьому та четвертому місці опинилися свобода у виборі своїх рішень та можливість реалізувати свій талант. П’ятим пріоритетом більшість вибрали пункт під назвою: «стати кваліфікованим спеціалістом».

Найбільш помітною зміною стало переміщення важливості сім’ї на перше місце. Я вважаю, що важливу роль у цій деформації відіграв 2015 та 2016 роки постреволюційного характеру. Тоді на хвилі патріотизму першими ціннісними пріоритетами були безпека, мир та спокій держави. Щодо сьогодення — можна сказати, що людина звикає і пристосовується, як такої небезпеки не відчувається, тому на перше місце стала важливість сім’ї.

На більш масштабному рівні ціннісні пріоритети мають важливе значення по відношенню до країни. «Які цінності приймає і відкидає молодь сучасної України, як вони поєднуються з цінностями “батьків”, що панували в суспільстві тривалий час — головна проблема сучасної соціалізації молоді. Аналіз і розгляд цих проблем дозволить оптимізувати засоби і

форми соціалізації молоді в умовах демократичного відновлення суспільства для ствердження молоді в якості повноправного і повноцінного суб'єкта суспільства» [2, с. 292].

Отже, завданням сучасного суспільства щодо молодіжної політики є визначення пріоритетів молоді, а також створення сприятливих умов для розвитку соціальних ініціатив, потреб і перспектив молоді.

Література:

1. Між матеріалізмом і постматеріалізмом: ціннісні орієнтації сучасної української молоді [Електронний ресурс] // Вісник АПСВТ, 2017, № 3. — 2017. — Режим доступу до ресурсу: https://www.socosvita.kiev.ua/sites/default/files/Visnyk_3_2017-57-67.pdf .

2. Єфтєні Н. М. Ціннісні орієнтації сучасної української молоді [Електронний ресурс] / Н. М. Єфтєні // ОНМА — Режим доступу до ресурсу: http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/ 11300/296/app-37_ Efteni_N_M_(292-296).pdf? sequence=1&isAllowed=y.

Метіль Руслан,
Денисюк Андрій
«Економічна аналітика», 1 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім.В.Гетьмана»,
Науковий керівник — д.філос.н., завідувач кафедри соціології Гаєвська О. Б.

КАТАСТРОФІЗМ ЧИ ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ?

Вступ. Нещодавно ми ознайомилися з промовою 16-річної активістки зі Швеції Грети Тунберг на саміті ООН 24 вересня 2019 року, на якому вона заявила світовим політикам, що вони "руйнують наше майбутнє" та не мають права говорити про "успішне економічне зростання". Мова йшла про те, що нашій планеті загрожує знищення, спричинене нами, людьми. Тим самим звичайна дівчинка поширила в суспільстві ідеї катастрофізму, що призвело до певних суперечок, наскільки дане явище є реальним. Якщо так, то як швидко воно станеться? Чи можуть існувати сучасні економічні системи без шкоди екології? Ці питання нас зацікавили і тому ми вирішили спробувати в них розібратися. [2]

Дана стаття ілюструє, що економічного зростання можна досягти, не завдаючи шкоди екології.

Завдання дослідження:

- Дізнатися, наскільки поширеними є ідеї катастрофізму;
- Звернути увагу на способи збереження екології, які не суперечать економічному зростанню;
- Визначити, чи піклується молоде покоління про екологію та чи є охорона довкілля для них важливим питанням;
- Розібратися, чи можливе процвітання екології разом зі збереженням сучасних економічних систем.

Методи дослідження: системний, комплексний, аналізу та синтезу декількох теорій, синергетичний, зібрання фактів, їх формалізація, переходу емпіричного у теоретичне, спостереження, метод загального і конкретного та інші.

Огляд фахової літератури. Катастрофізм — система уявлень про зміни живого світу в часі під впливом подій, що призводять до масового вимирання організмів. Людиною, що розробила катастрофізм як цілісну гіпотезу, був відомий французький палеонтолог Жорж Кюв'є. [1]

Згідно з соціологічним дослідженням агенції «Фама», 93 % українців вважають охорону довкілля важливим питанням; 87 % вважають, що здатні особисто сприяти охороні навколишнього середовища та брати активну участь у захисті довкілля за допомогою сортування сміття, відмові від пластику, економії води та інших заходів, що спрямовані на збереження екології нашої планети в цілому [6].

Результати дослідження. Однією з найпопулярніших борців за екологію серед наших однолітків сьогодні є Грета Тунберг. 16-річна шведська школярка є політичною активісткою,

яка виступає за зупинку глобального потепління та зміни клімату. Під час свого виступу на саміті ООН дівчина звинуватила світових політиків, що замість того, щоб організовувати активні заходи щодо збереження екології, вони лише роблять вигляд, що зацікавлені у цьому та «розказують казки про успішне економічне зростання». Вона є прихильницею ідеї, що заради того, щоб врятувати навколишнє середовище, потрібно пожертвувати стабільністю та процвітанням економіки [2].

Після проведення власного соціологічного опитування, ми визначили, що ідеї теорії катастроф не є надзвичайно поширеними. Опитуваними були студенти КНЕУ, більшість з яких ніколи не чули про катастрофізм до ознайомлення із анкетою. Близько 70% вважають, що світ очікує апокаліпсис, спричинений людською діяльністю.

Ми спробуємо проілюструвати, що обидві позиції не суперечать одна одній. Для цього покажемо як молоде покоління бореться із проблемами екології, розробляючи дієві технології, які не тільки дають можливість зберегти нашу планету, а забезпечують неабиякий економічний ефект.

Боян Слат родом із Нідерландів, йому 25 років. Проблемою забруднення світового океану юнак зацікавився у віці 16 років, під час відпочинку у Греції. Займаючись дайвінгом Слат помітив, що у морі «більше пластику ніж риби». Це і спонукало його створити та стати головою некомерційного фонду TheOceanCleanup. У 22-річному віці він поставив світовий рекорд, запустивши 213 водяних ракет одночасно. Це досягнення потрапило до Книги рекордів Гіннесса. Наразі компанія розробила покращену версію водяних ракет, які здатні збирати найтонші матеріали з пластику, що засмічують океан [3].

Також слід згадати нашого співвітчизника з Закарпаття, молодого науковця Валентина Фречку. Майже рік школяр разом з свою вчителькою збирали опале листя з різних дерев: берези, верби, дубу та граба. Далі відсортовували у певні бокси, де відбувалися відповідні хімічні процеси. В результаті дослідники отримали целюлозу, а кінцевим варіантом став висушений аркуш паперу. Фречка виграв безліч грантів та студентських премій за допомогою свого відкриття. Сьогодні юнак працює на Житомирському картонному комбінаті, на якому було відкрито відділ по переробці паперу з опалого листя [4].

Якщо порівнювати діяльність двох вище згаданих молодих вчених та заходи, які проводила шведська активістка, то можна зробити висновок, що ім'я Грети Тунберг та її вчинки є дещо переоціненими. Адже в усьому світі існує багато науковців, наших ровесників, зокрема й Боян Слат та Валентин Фречка, які зробили куди більший внесок, на нашу думку, у збереження екології нашої планети, бо робили конкретні справи.

Іншої важливої перевагою українського та нідерландського вчених є те, що їхні ідеї та наукові відкриття не суперечать економічному зростанню, на відміну від ідей Грети Тунберг, яка пропонує занадто радикальні ідеї, здійснення яких приведе до знищення сучасних економічних систем. Якщо говорити про них, то варто відзначити, що у теперішніх економічних умовах структурні елементи системи економіки характеризуються динамізмом, мінливістю, суперечністю розвитку. Зважаючи на це, новим підприємствам легше стати структурною частиною сучасної системи економічних, підприємницьких відносин, інтегруватись в економіку країни перевіреними методами, знижуючи свої ризики. Проте, водночас, компанії, які орієнтовані не лише на отримання прибутку, а й на збереження екології в процесі виробництва можуть стати фундаментом для нових умов у сучасних економічних системах, виключаючи їхню руйнацію [5].

Висновки і пропозиції. Посилаючись на дані нашого соціологічного опитування, можна стверджувати, що молодому поколінню не байдуже збереження екології нашої планети. Отже, підсумовуючи все вище згадане, можна сміливо заявити, що діяльність Грети Тунберг є переоціненою та привертає занадто багато зайвої уваги, в той час як такі науковці як Валентин Фречка чи Боян Слат залишаються непоміченими, незважаючи на те, що їхні заходи є дуже корисними для екологічного розвитку нашої планети. Отже, на наше абсолютне переконання, люди повинні звертати увагу на те, що корисне, а не на те, що популярне.

Слід зазначити, що діяльність Валентина Фречки та Бояна Слата підтверджує, що збереження екології є цілком можливим і не протирічить розвиткові основоположних принципів функціонування сучасних економічних систем. Важливим також є те, що згідно з соціологічними дослідженнями сучасне покоління піклується про наслідки своєї життєдіяльності та є небайдужим до свого майбутнього та майбутнього своїх нащадків. Отже, у нашої планети є шанс на економічне зростання, не руйнуючи екологічне середовище, однак заради цього кожен має повернути своє життя на «екологічні рейки», бути соціально відповідальним.

Література:

1. Катастрофізм // Літературознавча енциклопедія : у 2 т. / авт.-уклад. Ю. І. Ковалів. — Київ : ВЦ «Академія», 2007. — Т. 1 : А — Л. — С. 466–467.
2. Промова Грети Тунберг на саміті ООН [Електронний ресурс] — Режим доступу: https://nv.ua/ukr/opinion/recommends/greta-tunberg-promova-na-samiti-oon-novini-svitu-50044488.html
3. Хто такий Боян Слат? [Електронний ресурс] — Режим доступу: https://ua.112.ua/golovni-novyni/yoho-protystavliaiut-hreti-tunberh-khto-takyi-boian-slat-524939.html.
4. Досягнення Валентина Фречки [Електронний ресурс] — Режим доступу: http://www.mukachevo.net/ua/news/view/627188.
5. Сучасні економічні системи: стан та перспективи // Наукове видання. Тези доповідей VI Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції / Коваль Л. М. — к. е. н., в.о. ректора ХКТЕІ, голова Програмного комітету, 2015.
6. 93% українців вважають охорону довкілля важливим питанням — соцопитування [Електронний ресурс] — Режим доступу:http://uacrisis.org/ua/68683-eco-sonscience-in-ukraine-social-survey.

ФАКУЛЬТЕТ ФІНАНСІВ

ПЛАТФОРМА 1
ІННОВАЦІЇ У КОРПОРАТИВНИХ ФІНАНСАХ

Берднік В. О., Самчук А. А.
«Фінанси, банківська справа та страхування», 3 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — ст. викладач кафедри корпоративних
фінансів і контролінгу Круш В. В.

КРАУДФАНДИНГ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ ФІНАНСУВАННЯ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Актуальність теми. Розвиток новітніх технологій у світі та в Україні зокрема вимагає залучення все більших обсягів інвестицій для фінансування інноваційних бізнес-проектів. Одним з найбільш інноваційних та перспективних інструментів залучення фінансових ресурсів приватних інвесторів для фінансування бізнесу з метою реалізації проектів цифрової економіки, як свідчіть світова практика, є краудфандинг.

Методи дослідження. У процесі дослідження було використано загальні методи наукового пізнання, системний підхід, метод наукової абстракції, методи нормативно-логічного аналізу та статистичний метод.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Всебічним аналізом поняття «краудфандинг», зокрема, вивченням його теоретичних та практичних аспектів, займались такі зарубіжні та вітчизняні дослідники, як Дж. Хау, О. Абакуменко, О. Васильєва, С. Волосович, Л. Єлісєєва, О. Корнух, К. Ковальчук, Н. Ларионова, О. Марченко, Г. Отливанська, Ю. Петрушенко, С. Рукавишников, С. Тульчинська, Є. Щетініна та ін.

Результати дослідження. Краудфандинг (від англ. “crowdfunding”, що перекладається так: “crowd” — «натовп», “funding” — «фінансування») дослівно перекладається як «народне (колективне) фінансування». Механізм краудфандингу діє як співпраця всіх бажаючих об’єднати наявні у них ресурси, зокрема, фінансові, для реалізації чиєїсь ідеї або інвестиційного проекту. Збираються всі необхідні фінансові ресурси за допомогою спеціальних краудфандингових платформ, які є публічними, прозорими та підзвітними, тобто можна відстежити те, наскільки зібрані фінансові ресурси витрачаються за призначенням [1].

До особливостей краудфандингу можна віднести: мікрофінансування, фінансування проектів у реальному часі в глобальному віртуальному просторі, масовість, відсутність посередників, мінімізацію трансакційних витрат завдяки базовим принципам краудфандингу, та особливу роль соціальних мереж.

В українських реаліях краудфандинг дозволяє доволі швидко залучати кошти від необмеженої кількості людей, незалежно від їхнього місцезнаходження, на спеціалізованих інтернет-майданчиках та не потребує великої кількості додаткових витрат. Суб’єктами процесу краудфандингу з одного боку виступають інвестори або спонсори, що надають кошти, і яких називають «фандери», та з іншого боку — пошукачі чи реципієнти капіталу, які є ініціаторами-засновниками краудфандингового проекту — «фундери» [2]. Краудфандингова платформа є посередником між спонсором і пошукачем, забезпечуючи виконання ряду завдань: аналіз проектів, збір коштів та контроль за їх поверненням (якщо проект не зібрав потрібної суми).

В Україні існує кілька краудфандингових майданчиків. Платформа «Na-starte» була створена у 2014 році і не має галузевої спрямованості. Тут розміщуються проекти з різних сфер: IT-інновації, музика, мода, мистецтво. Комісія від зібраної суми складає 8 %. Платформа GoFundEd, що була створена у 2016 році, вирізняється тим, що орієнтується саме на працівників освіти та шкільні проекти. Як і «Спільнокошт» та «Na-starte», GoFundEd має функцію гнучкого фінансування: набравши 50 % від потрібної суми, освітяни мають змогу почати реалізовувати проект, щоб продемонструвати його ефективність. Комісія від зібраної суми — 10 %. Проект «Спільнокошт» працює на базі платформи суспільних інновацій «Велика ідея» та орієнтується, перш за все, на інноваційні, культурні проекти, не спрямовані на отримання фінансової вигоди, на противагу, наприклад, проектам на західній платформі Kickstarter, де винахідники заробляють на виробництво перепродажем. Проте, Kickstarter викликає найбі-

льшу довіру спонсорів і має найвищі показники відвідування та підтримки проектів. На сучасному етапі цей майданчик об'єднує 1,5 млн фандерів з усього світу та 145 тисяч проектів, і залучив близько $3,7 млрд для реалізації проектів. Механізм розміщення проекту дуже простий: придумати прототип свого продукту, знайти партнера-посередника (громадяни лише 22 країн мають право подавати проекти, України в переліку немає), визначити цільову суму, підготувати презентацію, просувати свій продукт, отримати кошти, реалізувати проект. Українські аналоги краудфандингових платформ відрізняються від закордонних, так як переважно спрямовані на підтримку соціуму, підтримку культурних проектів, розвиток освітніх проектів.

Краудфандинг безперечно має ряд переваг. Наприклад, для спонсорів можна зазначити такі чинники: можливість вкласти невелику суму, низький поріг входу на майданчик для інвестування, можливість отримати унікальний продукт або іншу нефінансову подяку від автора проекту в разі його реалізації. Для авторів проектів важливим є те, що краудфандинг є більш простим і ефективним механізмом порівняно зі складною процедурою отримання кредиту і платою за користування ним, отримання фінансування від фізичних осіб, зменшення бюрократизації реєстрації свого проекту на майданчику для збору коштів.

Ряд недоліків краудфандингу заважає його розвитку в Україні. До таких ризиків можна віднести відсутність якісних процедур попередньої перевірки бізнес-проекту, аналізу його життєздатності, перевірки супровідних документів про проект (бізнес-план, фінансово-економічне обґрунтування, документи фізичних осіб — авторів проекту, патентів, ліцензій та ін.). Такі перевірки повністю регулюються правилами краудфандингового майданчика і можуть бути цілком формальними. Важливим також є ризик шахрайства з боку недобросовісних авторів проекту, які можуть використовувати майданчики для «відмивання» коштів. Одним з головних недоліків також є відсутність законодавчої бази. Введення в правове поле базових понять в сфері краудфандингу дозволить використовувати його потенціал в повному обсязі. До недоліків також можна віднести низький дохід громадян та низький рівень обізнаності стосовно краудфандингу.

Висновки і пропозиції. Підсумовуючи усе вищесказане, варто зазначити, що ринок краудфандингу в Україні дуже перспективний. Для подальшого активного розвитку необхідне законодавче поле, що дасть можливість спрямувати діяльність краудфандингових платформ у певну правову площину, а з іншого — не обтяжить гравців ринку зайвим регулюванням, ліцензіями, вимогами і не перешкоджатиме його розвиткові.

Доцільним також буде позиціонування краудфандингу як реального інструменту реалізації інноваційних проектів для українських винахідників, популяризація такого виду фінансування вітчизняними громадськими діячами та інфлюенсерами з використанням інноваційних маркетингових інструментів.

Література:

1. Тищенко В. В. КРАУДФАНДІНГ ЯК ФІНАНСОВИЙ ІНСТРУМЕНТ РЕАЛІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ / В. В. Тищенко. // Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. — 2019. — С. 130–138.

2. Васильчук І. Краудфандинг і краудінвестинг як фінансові інвестиції. Ринок цінних паперів України. 2013. № 11–12. С. 59–67.

Олійник А. А.
«Корпоративні фінанси», 2 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент Петренко І. П.

МОТИВАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Від виваженості системи стимулювання інноваційної діяльності залежить успішність інноваційного розвитку. Вона має містити стимули до інноваційної діяльності для всіх учасників процесу, генерувати в них мотиви до творчої праці, створювати взаємовигідний економічний механізм регулювання їхніх взаємовідносин. Ефективна діяльність дослідників і розробників в основному визначається формами та методами мотивації і стимулювання, особливості яких спричинені самим характером праці. Під впливом потужних мотиваційних

чинників формується наполегливість у досягненні цілей. У той же час усвідомлення важливості інноваційної діяльності для розвитку підприємства визначає актуальність теми роботи.

Мета даного дослідження — поглиблення теоретичних засад мотивації інноваційної діяльності на підприємстві та розуміння дії мотиваційного механізму.

Методологія дослідження передбачає застосування загальнонаукових методів, зокрема аналізу, синтезу, узагальнення, індукції та дедукції, а також порівняння з метою розкриття змісту, видів та механізму застосування мотивації інноваційної діяльності сучасних компаній.

Теоретичні основи сучасних уявлень про особливості інтелектуальної праці творчого характеру та її мотивацію розроблено Б. Генкіним, П. Завліним, В. Іноземцевим, Г. Слезінгером та іншими. Вагомий внесок у розвиток наукової думки у сфері мотивації трудової діяльності, що потребує реалізації науково-технічної творчості, зробили такі вітчизняні вчені, як П. Микитюк, Т. Дудар, В. Мельниченко, Т. Скрипко, О. Денисенко, А. Гречан та інші. Однак значна частина праць цих учених має епізодичний характер, присвячена вирішенню окремих аспектів проблеми та дискусійні моменти.

Насамперед, науковці по-різному підходять до визначення змісту мотивації інноваційної діяльності. Так, О. Єлець та І. Сілін визначають мотив до інноваційної діяльності як результат відображення в психіці потреб людини, зумовлених зовнішніми чи внутрішніми об'єктивними явищами [1]. У той же час О. Ілляшенко наводить більш вдале, на нашу думку, визначення: це сукупність факторів, які збуджують активність і визначають спрямованість діяльності особистості чи суб'єкта господарювання. Він же характеризує інноваційну діяльність пропонуємо розглядати як комплексний процес створення, використання і розповсюдження нововведень з метою отримання конкурентних переваг та збільшення прибутковості свого виробництва. Причиною будь-якої діяльності, у тому числі інноваційної, є мотивація [2].

Існує два види мотивації: 1) екстринсивна (обумовлена зовнішніми умовами та обставинами); 2) інтринсивна (обумовлена внутрішніми, пов'язаними з особистісними диспозиціями: потребами, установками, інтересами, прагненнями, бажаннями). За спрямованістю складових розрізняють три типи мотивації інноваційної діяльності: раціональну, емоційну і моральну. Раціональний тип мотивації інноваційної діяльності ґрунтується на показниках економічної ефективності діяльності. Емоційний — на почутті причетності до нового типу діяльності, особистої гордості інноватора, сподіванні на схвалення іншими тощо. Моральний тип мотивації ґрунтується на почуттях морального зобов'язання та співчуття, коли особистість або суб'єкт інноваційної діяльності керуються власними моральними принципами, які зобов'язують їх розвивати підприємство чи вітчизняну економіку.

Говорячи про структуру механізму мотивування інноваційної діяльності на підприємстві, зазначимо, що саме інструменти, які застосовуються для зовнішнього мотивування інноваційної діяльності, об'єднавшись, створюють механізм мотивування. Систему мотивації інноваційної діяльності працівників підприємства можна уявити як цілісність трьох складових: інформаційної, аналітичної та функціональної, що тісно пов'язані між собою спрямованістю на досягнення єдиної цілі — активізації інноваційної діяльності підприємства через посилення мотивації його персоналу до розробки і впровадження інновацій.

Рушійною силою мотиваційного механізму є винагорода, що постає як стимул і має цінність для виконавця. Мотив це внутрішня спонукальна причина, що обумовлює дії і вчинки суб'єкта. Мотиваційний механізм буде ефективним тільки тоді, коли він ґрунтуватиметься не на засобах адміністративного впливу, а на економічних важелях, завдяки чому керуючий вплив виконується у режимі саморегуляції. Таким чином формується інноваційна та активна поведінка працівників організації, яка передбачає їх високу ініціативність щодо участі у вирішені проблем організації, результатом чого є створення і введення новацій, спрямованих на реалізацію завдань інноваційного розвитку [3].

Далі розглянемо класифікацію мотивації інвестиційної діяльності на підприємстві. У структурі мотивації персоналу виділяють внутрішню та зовнішню складові. До внутрішньої мотивації відносять зміст і значимість роботи, зацікавленість та задоволеність трудовим процесом. Зовнішня мотивація охоплює три складові елементи. По-перше, це матеріальне стимулювання у вигляді заробітної плати, доплат, премій тощо. По-друге**,** це трудова мотивація, яка виражена, з одного боку, у підвищенні рівня відповідальності, самостійності при вирішенні виробничих завдань, розвитку комунікаційних зв'язків у колективі, вдосконаленні організації праці на робочому місці, а з іншого боку, у самовираженні та самореалізації працівника. По-третє, це статусна мотивація, яка характеризується суспільним визнанням виробничих заслуг працівника, бажанням мати професійний та моральний авторитет, бути неформальним лідером у колективі.

Необхідно додати, що працівники, які займаються розробленням і впровадженням техніко-технологічних чи продуктових новинок, вирізняються високим рівнем освіти та інтелектуального розвитку, вираженим почуттям власної гідності, самостійністю і незалежністю у поглядах, їм притаманне творче натхнення, висока працездатність, вагомим мотивом для них є досягнення поставленої мети.

Забезпечення інноваційної діяльності є неможливим без творчої праці персоналу. Якщо праця перестає бути обумовленою економічною необхідністю і стає внутрішньо мотивованою, то це — творчість (перехід від праці до творчості відбувається, у першу чергу, на соціопсихологічному рівні). Необхідність творчої праці персоналу підприємств-інноваторів полягає в тому, що їх працівникам доводиться часто або постійно пристосовуватися до змін в умовах і предметах праці, у споживчих потребах і запитах, а також їх особливостей на конкретних сегментах ринку, або ж самим розробляти, пропонувати та впроваджувати такі зміни.Розрізняють два шляхи мотивації творчої праці: матеріальне мотивування та самомотивування. Матеріальне мотивування існує тоді, коли пріоритетом виступають гроші, а самомотивування передбачає, що людина виконує даний вид діяльності через інтерес до роботи. Ми вважаємо доцільним комбінувати обидва ці методи [4].

Отже, функція мотивування сучасного підприємства повинна полягати в дослідженні мотивації персоналу, споживачів і інших контрагентів підприємства, і на основі його результатів — здійсненні спонукального впливу на поведінку кожного з них в такому напрямі, що сприятиме реалізації стратегії підприємства. Використовуючи існуючі здобутки у сфері мотивації трудової діяльності, на нашу думку, можна запропонувати такі напрями поліпшення використання мотиваційних чинників у сфері управління інноваційною діяльністю:

- постановка перед працівниками чітко сформульованих і досяжних цілей інноваційної діяльності;
- систематичний аналіз успішного (і негативного) досвіду досягнення працівниками поставлених завдань;
- залучення працівників до різних програм навчання і підвищення кваліфікації;
- створення прозорої системи оцінювання результатів інноваційної праці і їх зв’язку із оплатою праці;
- публічне визнання успіхів працівників, підтвердження їх цінності для підприємства;
- підтримка і стимулювання ініціативності працівників.

Література:

1. Єлець О. П., Сілін І. І. Мотивація інноваційної діяльності персоналу. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2014. Вип. 6. С. 152–158.
2. Управління інноваційною діяльністю. Основи інноваційного менеджменту: магістерський курс: підручник / За ред. д.е.н., проф. С. М. Ілляшенка. Суми: Університетська книга, 2014. 856 с.
3. Карпунь І. Н. Мотивація і стимулювання інноваційної діяльності підприємства. *Проблеми економіки та управління*. 2000. № 628. С. 529–533.
4. Скурська В. А. Формування мотиваційного механізму активізації інноваційної діяльності персоналу. *Маркетинг і менеджмент інновацій.* 2011. № 4(1). С. 148–153.

Певнєва К. С.
«Фінанси, банківська справа та страхування», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник: ст. викладач кафедри корпоративних фінансів і контролінгу Соколова О. Б.

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

Ринкова трансформація економіки та інтеграція України до світового співтовариства актуалізують запровадження сучасних практик взаємодії держави, бізнесу та суспільства, які дозволили б максимально враховувати інтереси та цілі всіх сторін. Запровадження практики корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) нині виступає об’єктивною закономірністю розвитку суспільства. КСВ використовують як один з інструментів управління для досягнен-

ня стратегічних цілей підприємства. Соціально відповідальна компанія добровільно імплементує у практику своєї діяльності виконання ряду зобов'язань перед працівниками, контрагентами, суспільством, що не лише сприяє розв'язанню низки соціальних проблем, а й забезпечує формування позитивного іміджу та більш високого рівня конкурентоспроможності самого суб'єкта господарювання.

В умовах посилення конкуренції корпоративна соціальна відповідальність організації розглядається як концепція, що сприяє інтеграції соціальної і екологічної політики в бізнес з метою досягнення комерційного успіху за умови: дотримання етичних норм; врахування суспільних інтересів; досягнення державних цілей. Успішний розвиток сучасної корпорації можливий якщо її керівництво усвідомлює, що сама компанія і її діяльність нерозривно пов'язані з соціальним благополуччям суспільства, частиною якого вона є.

Метою статті є визначення сутності та практичних аспектів запровадження концепції КСВ вітчизняними підприємствами.

Теоретичну основу роботи складають праці провідних науковців, котрі займалися дослідження КСВ. При проведені даного дослідження використовувались загальнонаукові та спеціальні методи: наукової абстракції — для розкриття сутності КСВ, порівняльного аналізу — для дослідження практичних аспектів впровадження та реалізації концепції КСВ вітчизняними бізнес-структурами.

Проблематиці корпоративної соціальної відповідальності присвячені роботи таких зарубіжних та вітчизняних вчених, як Р. Аккоф, І. Ансофф, Ю. Благов, А. Берлі, Г. Боуен, О. Гришнова, К. Девіс, Т. Дональдсон, А. Керролл, А. Колот, Ф. Котлер, Ф. Хайек та ін. Попри значну кількість напрацювань, бракує досліджень щодо практичних аспектів впровадження КСВ, оцінки економічних та соціальних наслідків реалізації КСВ. Вказане обумовлює необхідність проведення подальших досліджень з проблематики корпоративної соціальної відповідальності.

Становлення та розвиток концепції соціальної відповідальності припадає на кінець 70-х р.р. XX ст. Починаючи з XXI ст. у науковій літературі активно розвивається уявлення про соціальну відповідальність як багаторівневу концепцію, яка припускає існування таких альтернативних тем, як «концепція зацікавлених сторін», «корпоративна соціальна діяльність», «етика бізнесу» [1]. Концепція корпоративної соціальної відповідальності, запропонована Кітом Девісом у 1975 р., включає наступні ключові положення [2, с. 368–373]:

1. Соціальна відповідальність виникає із суспільної влади. Органи влади мають створювати умови й показувати приклади соціальної відповідальності.

2. Бізнес повинен діяти як двостороння відкрита система: з одного боку, враховувати вплив суспільства, ринкові сигнали, а з іншого — бути відкритим у своїх операціях для громадськості.

3. Соціальні витрати мають бути ретельно обчислені й розглянуті з погляду правомірності їх віднесення до собівартості виготовлення того чи іншого продукту, надання тієї чи іншої послуги.

4. Соціальні витрати, що розподіляються за кожним продуктом, послугою, видом діяльності, сплачуються споживачем.

5. Ділові організації залучаються до відповідальності за розв'язання поточних соціальних проблем, які перебувають за межами звичайних сфер їх діяльності.

Ми поділяємо підхід, за якого корпоративна соціальна відповідальність розглядається як спрямована на стійкий розвиток активна соціальна позиція підприємства, яка включає сумлінне виконання нормативних актів і угод із соціального партнерства, а також добровільно прийнятих додаткових зобов'язань по задоволенню економічних і соціальних потреб внутрішніх і зовнішніх заінтересованих осіб і суспільства у цілому [3, с. 16]. Вітчизняні підприємства нині найчастіше реалізують соціальні проекти щодо: відносин з працівниками; відносин з місцевими громадами; збереження довкілля; управління соціальними процесами як складової корпоративного управління.

Як наслідок, основними соціальними заходами вітчизняних підприємств є програми: щодо поліпшення умов праці; навчання та розвитку персоналу; етичного ставлення до споживачів; регіональних соціальних ініціатив тощо. Значна кількість українських підприємств все ще обмежується дотриманням і виконанням вимог чинного законодавства в рамках провадження діяльності з орієнтацією на найпростіші прояви соціальної відповідальності. При цьому часто КСВ розглядається суто як благодійна діяльність. Вважаємо необхідним наголосити, що споживачі довіряють тим компаніям, які думають не лише про власні вигоди, а й піклуються про робітників, навколишнє середовище та суспільство загалом.

Прикладом соціально-відповідальної компанії є торгова мережа «АТБ». «Соціально відповідальне ведення бізнесу — одне з пріоритетних завдань корпорації «АТБ». Для мільйонів покупців торговельної мережі, основним елементом соціальної орієнтації компанії є проект, який має умовну назву «Соціальний кошик». Це спеціальна програма з гарантування мінімальних цін на основні групи товарів: хліб, молоко, крупи, яйця та ін. В рамках боротьби з COVID-19 компанія не тільки закупила 12 сучасних систем CFX96 для виконання діагностики інфекційних захворювань на суму близько 10 млн гривень. Також було створено графік обслуговування пенсіонерів, а співробітників забезпечено засобами індивідуального захисту [4].

Підхід «Нової пошти» до КСВ-проектів звучить так: «ми робимо соціальні інвестиції, результат яких вимірюється соціальним ефектом». Тактика корпоративної соціальної відповідальності ТОВ «Нова пошта» реалізується через її соціальні програми та проекти. Їх можна поділити на такі функціональні напрями: підтримка військових, допомога дітям, розвиток освіти, популяризація здорового способу життя та ін. До основних програм, які створені та реалізуються ТОВ «Нова пошта», належать: гуманітарна пошта України; реабілітація учасників АТО (медична реабілітація, соціалізація); підтримка бігового руху; велопарковки; розвиток книгочитання; дні донора крові; школа бізнесу «Нова пошта»; акції «2000 подарунків для дітей-сиріт», «Посилка добра», «Книги для сільських бібліотек». Для боротьби з пандемією COVID-19 не тільки виділено 25 мільйонів гривень на обладнання і додаткові матеріали для лікарень, але і реалізовано проект «Гуманітарна пошта України». Зазначений проект передбачає безкоштовне доставляння засобів індивідуального захисту у лікувальні заклади, дитячі будинки, військовослужбовцям, а також представникам незахищених верств населення. Суттєвими були заходи і щодо убезпечення робітників підприємства: забезпечення засобами захисту, дезінфекційними засобами, введення масочного режиму, контроль відстані черги тощо. Для клієнтів компанія запровадила послугу безконтактної доставки кур'єрами та можливість замовити посилки в поштомати. [5].

Очевидно, що реалізація концепції корпоративної соціальної відповідальності має як прямі, так і непрямі наслідки для бізнес-організації. Іноземні наукові дослідження доводять: в компаніях, що впроваджують КСВ-практики, дохідність продажу зростає на 3%, активів — на 4%, а капіталу та акцій — більш ніж на 10% [6, с. 117]. Серед інших позитивних наслідків слід відзначити: неминуче зростання лояльності персоналу; покращення морального клімату в колективі; поліпшення іміджу компанії у контрагентів та потенційних інвесторів; підтримка з боку місцевих органів влади тощо. Колот А. М. відзначає, що головним завданням бізнесу є не максимізація прибутку, а створення оптимальних умов для довгострокового, стійкого розвитку бізнесу, а отже, і всього суспільства [7, с. 76]. Тобто, КСВ повинна забезпечувати підвищення конкурентоспроможності підприємств.

На сьогодні в Україні ще не сформувалася національна модель соціальної відповідальності бізнесу. Для її реалізації необхідно здійснювати наполегливу роботу щодо впровадження КСВ у корпоративні стандарти та стратегічні плани вітчизняних підприємств. Просування ідеї КСВ повинно активно підтримуватись державою, суспільними інституціями та супроводжуватись інформаційно-роз'яснювальною роботою серед населення. Натомість, вважаємо неприпустимим застосування жорстких регулюючих заходів з боку держави щодо примусової реалізації КСВ-проектів, оскільки це може призвести до формального виконання нормативних вимог бізнес-структурами і сформувати негативне ставлення до ідеї соціальної відповідальності.

Література:

1. Генезис концепции корпоративной социальной ответственности [Электронный ресурс] / Ю.Е. Благов // Вестник Санкт-Петербургского университета. Общий и стратегический менеджмент. — 2006. — № 2. — С. 3–24. — Режим доступа к журн.: http://www.vestnikmanagement.spbu.ru/archive/?id=30

2. Панченко Є.Г. Міжнародний менеджмент / Є.Г.Панченко: Навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. — К.: КНЕУ, 2004. — 468 с.

3. Лебедєв І. Корпоративна соціальна відповідальність: концепція і модель для України [Електронний ресурс] / І. Лебедєв // Україна: аспекти праці. — 2014. — № 5. — С. 13–19. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uap_2014_5_4

4. Офіційний сайт Центру розвитку корпоративної соціальної відповідальності. [Електронний ресурс]. Режим доступу: URL: http://csr-ukraine.org.

5. Офіційний сайт «Нова пошта». Режим доступу: URL: https://novaposhta.ua/.
6. Петрашко Л. Корпоративна соціальна відповідальність в українській бізнеспрактиці / Л. Петрашко // Міжнародна економічна політика. — 2011. — Вип. 1–2. — С. 115–141. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mep_2011_1-2_7.
7. Колот А. М. Корпоративна соціальна відповідальність: сучасна філософія, проблеми засвоєння [Електронний ресурс] / А. М. Колот // Економіка України. — 2014. — № 3. — С. 70–82. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/EkUk_2014_3_7

Чергинець Я. М.
«Маркетинг», 3 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри корпоративних фінансів і контролінгу Куліш Г. П.

МВФ І ЙОГО АЛЬТЕРНАТИВИ В РАМКАХ СТАБІЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ТА ЇЇ КОРПОРАТИВНОГО СЕКТОРУ

Актуальність теми дослідження. В умовах зростаючої взаємозалежності країн виникає необхідність комплексного формування механізмів та принципів глобального управління, що носять наднаціональний характер. Здолання наслідків структурної кризи, подальший запуск економічних реформ, посилення інтеграції України у світову економічну систему вимагає співпраці нашої держави з міжнародними фінансовими організаціями, зокрема з Міжнародним валютним фондом.

Теоретичні аспекти взаємодії та співпраці України з міжнародними фінансово-кредитними організаціями досліджували у своїх працях такі науковці, як: Антоненко І., Дунас О., Корнилюк Р., Михайлик О., Паламар Я., Петрик О., Підгірняк А. та інші. Однак, сьогодні українське суспільство доволі негативно відноситься до взаємовідносин з МВФ. Це пояснюється не лише якістю вимог, які МВФ висуває до України в рамках фінансування її стабілізаційних програм, а і непопулярністю тих законодавчих та регуляторних норм, які Україна вимушена приймати в рамках співробітництва з МВФ.

Метою написання тез є дослідження альтернативних варіантів фінансування стабілізації економіки України та її корпоративного сектору.

Виклад основного матеріалу. Сяк свідчать проведені дослідження, серед зовнішніх фінансових джерел для більшості країн є: Міжнародний валютний фонд (МВФ), Світовий банк та Європейський банк реконструкції та розвитку. Враховуючи фінансові труднощі, умови розвитку і політичні ризики, Україна не є виключенням.

МВФ — це міждержавна організація, що має статус спеціалізованого закладу ООН [2]. Основні функціональні завдання МФВ: нагляд за міжнародною валютно-фінансовою системою; моніторинг економічної та фінансової політики своїх держав-членів; зміцнення світової системи фінансової безпеки; скорочення глобальних дисбалансів; координація міжнародного співробітництва та інтеграції.

Всього за роки незалежності Україна уклала з МВФ 10 кредитних програм співробітництва. Однак через те, що уряди не виконували вимог фонду до кінця, МВФ перерахував Україні менше половини коштів, передбачених кредитними програмами (близько 31,5 млрд дол. США більш ніж 74 млрд дол.США, передбачених програмами співробітництва). При цьому, для України середня ставка за кредитами МВФ становить близько 3% [3].

Використовуючи своє виняткове становище, МВФ може надати кредит при виконанні визначених умов. Так, для отримання чергового траншу МВФ уряд України постійно підвищує впродовж останніх років тарифи на електроенергію, а з ними суттєво зросла й плата за тепло, ціни на гарячу та холодну воду, світло.

Парадокс даних умов в тому, що кредитні квоти МВФ аж ніяк не вирішують найголовнішу проблему — дефіцит платіжного балансу, так як він включає в себе торговий баланс. І саме цю проблему і варто вирішувати. Тому доречно дослідити альтернативні джерела фінансування нашої країни.

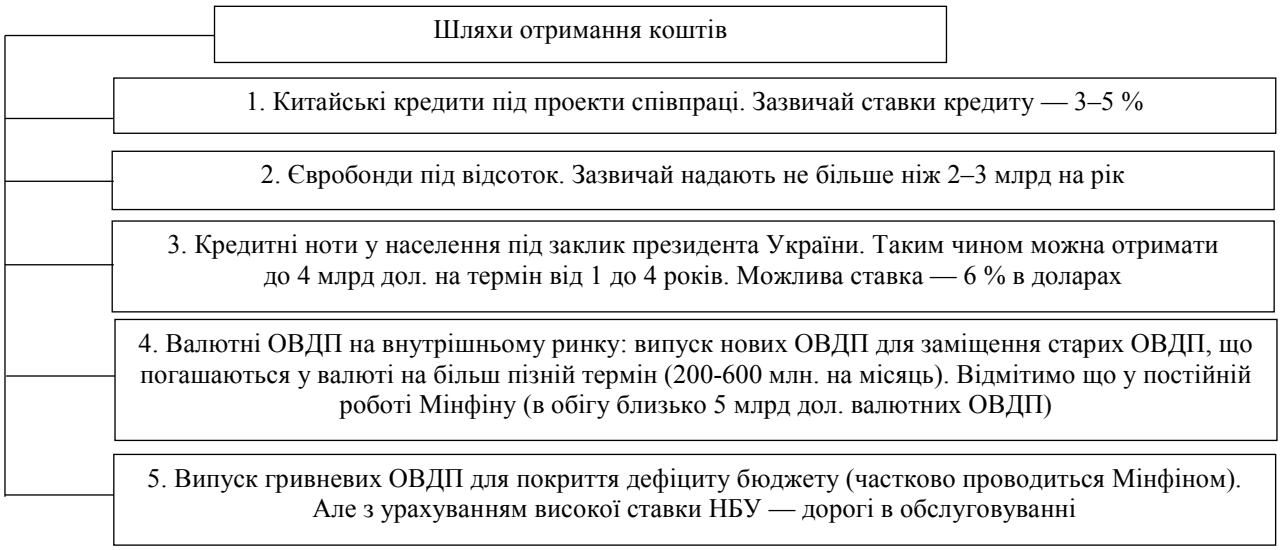


Рис.1.1. Шляхи отримання коштів без МВФ
(розроблено автором на основі даних [4])

Китайський аналог МВФ — CRA (Contingent Reserve Arrangement) — це 100-мільярдний фонд, в який Китай вносить 41 млрд дол.США, Бразилія, РФ та Індія — 18 млрд дол. США кожна, і ПАР — 5 млрд дол.США. Як і МВФ, він повинен захищати валюти країн-учасників в разі фінансової кризи [1].

Як варіант залучення коштів CRA, є фінансування інфраструктурних проектів з китайськими компаніями або спільних підприємств з Китаєм. Загалом, отримання коштів від CRA передбачає: залучення значних інвестицій, можливість стати утасниками інфраструктурних банків.

Зарубіжні інвестиції, залучені українським корпоративним сектором, сприятимуть:

- росту корпоративного сектору в Україні;
- збільшенню бюджетних надходжень;
- підтримці проектів корпоративно-соціальної відповідальності (активна участь у розвитку громад, розбудові міст, підтримці їх належного функціонування);
- мультиплікаційному ефекту в економіці міст / регіонів;
- підвищенню конкуренції для місцевих товаровиробників, що приводить до удосконалення виробництва останніх;
- створенню нових робочих місць для місцевого населення;
- підвищенню кваліфікації працівників, що передбачає удосконалення якості пропозицій на ринку праці, а також використання зарубіжного Разом з тим, основними *факторами негативного впливу є:*
- залежність від іноземних інвесторів;
- посилення монополістичних тенденцій на ринках;
- можливість конфлікту інтересів країни-одержувача та іноземних інвесторів, відсутність балансу інтересів;
- сприяння перетоку ресурсів за кордон;
- репатріація прибутків.

На нашу думку вирішення проблеми дефіциту платіжного балансу — це довготривала робота, однак її Україна може вирішити самостійно. Основні кроки до цього відображені на рис. 1. 2.

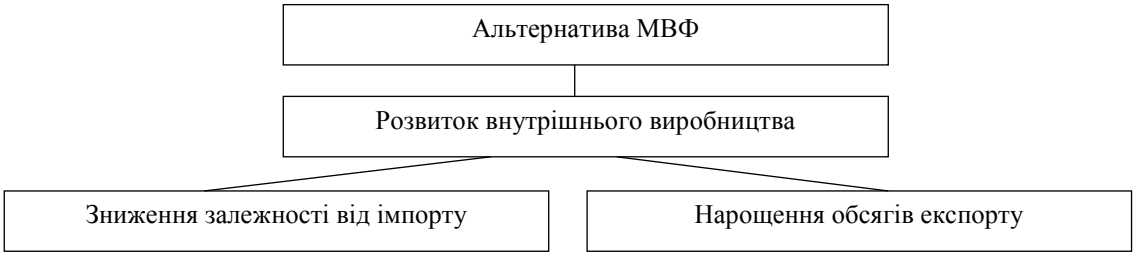


Рис.1.2. Альтернатива МВФ
(розроблено автором)

Висновок. Отже, можемо зробити висновок, що зовнішнє фінансування для України може відігравати роль каталізатора змін та допомогти країні створити такі умови, за яких буде збільшуватися її валовий національний дохід та зростати рівень життя населення. Але, кредити МВФ — це не панацея і вони зовсім не вирішують проблему дефіциту платіжного балансу. Існує інша альтернатива, яка може допомогти підвищити економіку країни — це китайські кредити, але необхідно залучати китайські державні корпорації в середину країни. Сьогодні в України є всі можливості для стабілізації економіки та її корпоративного сектору, однак це тривала і кропітка робота.

Література:

1. Как Китай создал новый мировой банк и МВФ [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://tsn.ua/ru/analitika/kak-kitay-sozdal-novyy-mirovoy-bank-i-mvf-450981.html

2. Костюченко В.М. Аналіз важелів впливу МВФ на економічний суверенітет України / Костюченко В.М. // Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського. Глобальні та національні проблеми економіки — Випуск 7. — 2015. — С. 823–827.

3. МВФ і Україна: історія позик і відносин [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.bbc.com/ukrainian/features-48335639

4. Редзюк Є. Посилення глобальної нестабільності в міжнародній економіці та її вплив на Україну / Є. Редзюк // Економіст. — 2018. — № 8. — С. 19.

ПЛАТФОРМА 2
СУЧАСНИЙ БАНКІНГ: ІННОВАЦІЇ, КРЕАТИВНІ ІДЕЇ, ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ

Ниник А. О.
«Фінанси, банківська справа та страхування», 3 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри банківської справи Охрименко І. Б.

СВІТОВІ ТРЕНДИ БАНКІВСЬКИХ ІННОВАЦІЙ

Постановка проблеми. У сучасних економічних умовах, які характеризуються швидким розвитком інформаційних технологій і орієнтацією на розроблення, запровадження та використання високотехнологічних продуктів, а також посиленням глобалізації, все більшого значення набувають питання інноваційного розвитку, забезпечення ефективних фінансових та інформаційних комунікацій.

Збільшення та розвиток інноваційної діяльності стає одним із важливіших системних чинників підвищення рівня конкурентоспроможності банків у ринкових умовах світової економіки. Зважаючи на це, дослідження світової практики впровадження інноваційних продуктів є актуальним.

Постановка завдання. Метою статті є узагальнення існуючих підходів до поняття «банківська інновація» та визначення основних світових трендів банківських інновацій.

Методи дослідження. Для досягнення мети дослідження та вирішення наявних проблем було використано такі методи дослідження, як аналіз, синтез, індукція та дедукція, конкретизація.

Огляд фахової літератури. Окремі аспекти інноваційної діяльності сучасних банків досліджено у працях багатьох вчених. Теоретичні основи дослідження сутності інноваційної діяльності закладено в працях таких вчених, як Золотарьова О.В., Чекал А.А. [2], Лапко О.О., Демченко А.М. [3], Пантєлєєва Н.М. [4], Рахман М.С., Мангушев Д.В. [5], та інших.

Проте, незважаючи на існуючі розробки, вивченням досвіду впровадження банківських інновацій у сучасних умовах функціонування банківських установ приділено недостатньо уваги, що актуалізує подальші дослідження світових трендів банківських інновацій.

Результати дослідження. У загальному виді банківську інновацію можна визначити як результат новаторської діяльності банків, наслідком якої є новий продукт, послуга чи технологія. Така діяльність пов’язана зі зміною зовнішнього середовища банківського сектора та призводить до реорганізації бізнес процесів і створення нових ресурсів, результатом чого є підвищення стратегічних конкурентних переваг банку [6].

Згідно з дослідженнями закордонних аналітиків найважливішими глобальними тенденціями банківських інновацій на 2019 рік є такі напрямки [1]:

1. Монетизація даних. Банківська аналітична інформація може значно розширити і допомогти як самому банку, так і його клієнтам здобувати конкурентні переваги на ринку.

2. Соціальна цінність. Потреба більш індивідуального підходу до клієнтів, а не пропозиція стандартизованих пакетних рішень дуже актуальна в іноземних банків, оскільки відповідає сучасним очікуванням клієнтів.

3. Робототехніка. Досягнення робототехніки дозволяє значно скоротити витрати банку, покращити сервісне обслуговування клієнтів, адже роботи не втомлюються, не потребують відпустки та заробітної платні, а головне їхня робота позбавлена емоційної людської складової.

4. Банківництво речей. В епоху "Internet of things" цілком логічним постає те, що і банки крокують до таких змін. Коли банківські операції масово переходять в онлайн, то усі сфери повсякденного життя також зв’язуються з Інтернетом, а отже, з безготівковими розрахунками.

5. Розважальні транзакції. Популярний тренд світових банків намагатися зробити банківські транзакції більш "неформальними" і навіть веселими, а також інтеграції банківських програм з Facebook, Instagram та іншими.

6. Постійна доступність. Можливість здійснювати банківські транзакції 24 години на добу 7 днів на тиждень уже не інновація, але загальноприйнята послуга банків. Проте банки йдуть далі на зустріч своїм клієнтам, пропонуючи здійснювати зв’язок зі своїми клієнтами через будь-які онлайн медіа такі, як WeChat, Facebook, Messenger, Google Hangouts та інші.

7. Інтернет-банкінг. Це не лише банківські онлайн платформи, це цілі "фінансові екосистеми", які пропонуються клієнтам. Особлива увага приділяється мобільним додаткам, оскільки телефон стає основним інструментом для здійснення більшості банківських та інших розрахункових операцій.

8. Безкарткові розрахунки. Тенденція здійснювати платежі без банківської картки лише за допомогою мобільного додатку набуває все більшого поширення. Деякі експерти прогнозують повну відмову від банківських карток у скорому часі.

9. Банківництво без банків. Перспективним напрямом банківництва постає надання банківських послуг без безпосередньої участі у цьому процесі самих банківських установ. На ринок виходять так звані FinTech компанії, які заміняють банки у наданні колись зовсім банківських послуг.

Проте погоня за технологічними новинками може містити свої недоліки. Адже інноваційна технологія може бути просто не сприйнята споживачами, а вкладені кошти не окупляться. Отже, необхідно, щоб банківська інновація була економічно доцільною для банку і корисна для клієнтів.

На мою думку, незважаючи на технологічні інновації, домінантну роль у майбутньому все ж будуть відігравати соціальні інновації. Українським банкам також доведеться вчитися ставити своїх клієнтів на перше місце в пріоритетності своїх цілей і налагоджувати тісні взаємозв'язки.

Висновки. Інноваційні технології в наш час відіграють дуже важливу роль. При створенні банку майбутнього інноваційні технології в сфері банківських послуг — це такі технології, яким притаманний «стратегічний ефект» приросту клієнтської бази, зменшення витрат на здійснення банківських операцій при оптимальному рівні операційного ризику та затрат. Основними світовими трендами у розвитку банківських інновацій є тісний взаємозв'язок банку з клієнтом, інтеграція банку в ІТ сектор, взаємодія банків з соціальними мережами та залучення новітніх технологій.

Таким чином важливими є подальші дослідження у цьому напрямі, адже впровадження банківських інновацій дуже динамічний процес. До того ж не всі інноваційні рішення набувають масового характеру, а успішні банківські інноваційні рішення в одних країнах, можуть пройти непоміченими в інших.

Література:

1. Бондаренко Л. П., Політило М. П. Банківські інновації як необхідність ефективного функціонування банківського ринку. URL: http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=5905&i=0 (Дата звернення: 24.04.2020).
2. Золотарьова О.В. Інноваційні банківські продукти та специфіка їх упровадження в Україні. URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_16/1/29.pdf (Дата звернення: 24.04.2020).
3. Лапко О.О. Інноваційні механізми ритейлу в банківському секторі України. Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. 2018. № 2. С. 65–72.
4. Пантєлєєва Н.М. Інтелектуальні технології для розвитку інноваційного потенціалу банківської системи. Теоретичні та практичні аспекти економіки приватної власності. 2016. № 1. С. 237–242.
5. Рахман М.С. Маркетингові інновація як засіб вдосконалення банківських послуг України. Вісник Харківського Національного Університету ім. В.Н. Каразіна. 2016. № 90. С. 51–63.
6. Рац О. М. Тенденції впровадження інноваційних банківських продуктів в умовах глобалізації світових фінансів. URL: http://www.repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/16440/1/Рац_стаття_1.pdf (Дата звернення: 23.04.2020).
7. Шуба М.В. Світові тренди банківських інновацій. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4638 (Дата звернення: 23.04.2020).
8. Skinner C.M. The top trends in banking innovations. URL: https://thefinanser.com/2016/02/thetoptentrendsinbankinginnovation.html/ (Accessed: 22.04.2020).

Капітан Л. І.
«Фінанси, банківська справа та страхування», 3 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри банківської справи Циганова Н. В.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СПОЖИВЧОГО КРЕДИТУ

Вступ. Споживчий кредит займає важливе місце у соціально-економічному розвитку більшості країн. Його роль значно зростає в Україні в сучасних умовах, у тому числі, під впли-

вом фінансової глобалізації та макроекономічної ситуації. За цих обставин змінилася стратегія банків на кредитному ринку і політика щодо обслуговування фізичних осіб, збільшився вплив споживчого кредитування на фінансові результати діяльності банків. Значне зростання споживчого кредиту в Україні стало важливим чинником розвитку банківської системи й економіки в цілому. Проте його надто прискорене і недостатньо контрольоване зростання загострило проблеми незбалансованості товарних і кредитного ринків і сприяло нагромадженню ризиків.

Суб'єкти споживчого кредиту в Україні виявились не готовими до суттєвих трансформацій, а надмірна активізація банків щодо кредитування населення посилила загрози стійкості окремих банків і всієї банківської системи. Тому актуальними є дослідження сучасного стану та проблем розвитку споживчого кредитування, а також визначення перспектив його розвитку. Метою роботи є поглиблення теоретико-методичних положень споживчого кредиту, аналіз існуючої практики надання продуктів споживчого кредитування в Україні, а також пошук шляхів його вдосконалення.

Методи дослідження. У процесі написання роботи використовувалися такі методи дослідження: абстрактно-логічний — для аналізу наукової літератури та узагальнення теоретичних підходів з метою визначення сутності і ролі споживчого кредиту; статистичний — для оцінки стану ринку споживчих кредитів в Україні; системного підходу — для обґрунтування висновків та напрямів вдосконалення споживчих кредитів в Україні.

Огляд фахової літератури. Наукові джерела розглядають споживчий кредит з позицій відносин між кредитором і позичальником і в якості першого виступають переважно банки. У практичній діяльності фахівці надають перевагу правовому підходу до визначення сутності споживчого кредиту. Трактування сутності споживчого кредиту, як одного із видів кредиту, можна знайти в Законі Україні «Про споживче кредитування» від 15.11.2016 №1734-VIII, згідно з яким «споживчий кредит — це грошові кошти, що надаються споживачу (позичальникові) на придбання товарів (робіт, послуг) для задоволення потреб, не пов'язаних з підприємницькою, незалежною професійною діяльністю або виконання обов'язків найманого працівника» [1].

Роль та позитивний вплив споживчого кредиту на економіку проявляється у зростанні внутрішнього платоспроможного попиту, внаслідок чого відбувається випереджаючий ріст виробництва товарів і послуг; він також сприяє підвищенню якості життя населення, розвитку людського капіталу. Негативним є те, що у періоди піднесення, коли населення здійснює купівлю товарів в кредит, фіктивний попит до певного моменту приховує відсутність реального платоспроможного попиту та підтримує видимість високої кон'юнктури. Від того споживчий кредит посилює перевиробництво й загострює кризи.

Результати дослідження. В останні роки в Україні спостерігається певний бум банківського споживчого кредитування після фінансового-економічної кризи 2014–2015 рр. При чому варто зазначити, що відбувається зростання не лише абсолютних величин кредитів, що надаються банками фізичним особам, а й питомої ваги споживчих кредитів у загальній сумі банківських кредитів. Так, частка кредитів фізичним особам в активах банків зросла з 12,79 % у 2018 р. до 14,45 % у 2019 р. Обсяг безпосередньо споживчих кредитів у 2019 р. склав 153,49 млрд грн, що на 18,1 % більше, ніж у 2018 р. Їхня питома вага в структурі кредитів населенню становить 78,06 % у 2019 р., що на 2,03 % більше порівняно з 2018 р. [2]. Зростанню обсягів наданих споживчих кредитів сприяють зростання доходів та покращення споживчих настроїв населення, а також спрощення умов видачі кредитів.

Три роки стрімкого зростання обсягів доходів поліпшили очікування та активізували споживчу поведінку населення. Споживання є і найближчим часом залишатиметься основним драйвером зростання ВВП. Приріст реальних споживчих витрат у першому півріччі 2019 року становив 11,3 % р/р [3]. Високі споживчі настрої підживлюють попит на кредити для фінансування поточних витрат і купівлі товарів тривалого користування. Нові гривневі споживчі кредити банків зростають темпами, близькими до 30% р/р [3]. Можна сказати, що роль споживчого кредитування у підтриманні споживчого попиту за останні три роки суттєво посилилася. Через стрімке зростання доходів рівень боргового тягаря на населення досяг мінімуму за десятиліття та становив лише 6,0% від ВВП й 8,7% від річного наявного доходу на кінець першого півріччя 2019 р. [3]. Це свідчить загалом про низьку середню закредитованість населення та значний потенціал відновлення кредитування. Проте важливо відмітити, що домогосподарства з найнижчими доходами значно більше закредитовані.

Однак питома вага кредитування у ВВП зменшується в останні роки. Навіть враховуючи те, що зростає кредитування фізичних осіб — воно відстає від темпів зростання ВВП у номі-

нальному значенні. Так співвідношення валових споживчих кредитів до ВВП є найнижчим у регіоні — лише 5,5 % у 2019 р., у той час як в 2014 р. цей показник становив 13,1 %, а в 2008 р. — 14,5 % [3]. Це свідчить про зниження інвестиційної та купівельної спроможності, зниження масштабів виробництва.

Аналіз непрацюючих кредитів фізичним особам свідчить, що на початок 2019 р. їхня частка становила приблизно 47 %, а до кінця року вона зменшилася до 37,9% [2]. Скорочення у цьому сегменті відбувається через значні темпи нового кредитування та роботи зі старими валютними кредитами (відбулося списання за рахунок резервів, а також добровільне врегулювання та продаж кредитів на вторинному ринку).

Отже, споживче кредитування після кризи 2014–2015 рр. стрімко зростає, що є природним у період відновлення [4]. Одразу після кризи це значною мірою пояснювалось відкладеним споживчим попитом. Наразі цей фактор не настільки вагомий. Визначальними є високі споживчі настрої та жваве зростання доходів населення. Для банків це створює можливість високих заробітків, і в той же час супроводжується ризиками: в умовах високої конкуренції банки знижують вимоги до позичальників, щоб зберегти динаміку їх припливу, тож профіль усередненого клієнта погіршується; банки інколи недооцінюють кредитні ризики; споживче кредитування стимулює попит на імпорт, що створює додаткові ризики для платіжного балансу.

Висновки і пропозиції. Отже, в останній час мають місце тенденції до активного розвитку організації системи споживчого кредитування. Разом із тим існуючі теоретико-методологічні основи кредитування населення на споживчі потреби не завжди відповідають потребам сучасного стану фінансово-кредитної системи. Задля забезпечення кращої оцінки ризиків споживчого кредитування та створення перспектив його подальшого розвитку, пропонуємо скористатися досвідом зарубіжних країн та активніше застосувати метод скорингу. До найбільш поширених видів скорингу, які варто використовувати в Україні можна віднести: фродовий, експертний, поведінковий та статистичний [5, с. 28]. Задля вдосконалення роботи банків у сфері кредитування населення можна також використовувати такі методики, як «PARSER» та «CAMPARI». На нашу думку, використання зазначених методик надасть українським банкам можливість оцінювати ризики кредитування населення на споживчі потреби належним чином, що забезпечить їхню більш ефективну діяльність в даному сегменті.

Тому для подолання існуючих проблем та забезпечення подальшого розвитку банківського кредиту на споживчі потреби в Україні потрібно:

— забезпечити збереження якісних показників кредитного портфеля при інтенсивному збільшенні його обсягів;

— покращити регулювання кредитних взаємовідносин між кредиторами і позичальниками щодо обслуговування споживчих кредитів та створити механізми, які унеможливлять кредитування фізичних осіб без інформації про їхні реальні, а не лише номінальні, доходи;

— запровадити фінансового омбудсмена, як арбітра, який буде спроможний належно оцінювати усі правові аспекти відносин банків із клієнтами і за необхідності реалізувати права суб’єктів споживчого кредиту в судовому порядку;

— активно застосовувати інструменти маркетингу, а саме сегментацію та кластерний аналіз, з метою зменшення витрат банків на ринку споживчого кредитування.

Література:

1. Закон України «Про споживче кредитування» від 15.11.2016 №1734-VIII [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/go/1734-19 (Дата звернення: 25.04.2020).

2. Наглядова статистика НБУ: Основні показники діяльності банків [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://bank.gov.ua/statistic/supervision-statist/data-supervision#1 (Дата звернення: 25.04.2020).

3. Національний банк України: Звіт про фінансову стабільність. — 2019. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://bank.gov.ua/stability/report (Дата звернення: 25.04.2020).

4. Банківське кредитування в Україні: посткризове перезавантаження: Монографія / [С.М. Аржевітін, Т.С. Шемет, Н.В. Циганова та ін.]; за ред.С.М. Аржевітіна. — Київ : КНЕУ, 2017. — 408 с.

5. Прилуцький А. М. Споживче кредитування в Україні та його особливості / А. М. Прилуцький // Ефективна економіка. — 2019. — № 11. — С. 26–31.

Самчук А. А.
«Фінанси, банківська справа та страхування», 3 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
Університет імені Вадима Гетьмана», м. Київ
Науковий керівник — д.е.н., проф., завідувач кафедри банківської справи Примостка Л. О.

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ВІТЧИЗНЯНОГО БАНКІВСЬКОГО СЕРЕДОВИЩА В УМОВАХ РОЗВИТКУ ФІНТЕХ-ЕКОСИСТЕМИ

Актуальність теми. Згідно прогнозів консалтингової компанії Boston Consulting Group (BCG) в найближчі 5 років близько 30% виручки в світовому традиційному корпоративному банкінгу буде отримано виключно через цифрові канали [1]. Революцію в сфері фінансів зумовлюють нові хвилі високотехнологічних стартапів, які працюють краще, швидше і дешевше в кредитуванні, платежах і управлінні капіталом у порівнянні з традиційними великими банками. Це актуалізує для вітчизняних банків необхідність цифровізації своєї діяльності через радикальну зміну бізнес-моделі з метою зміцнення конкурентних позицій та забезпечення стратегічних переваг.

Метою даного дослідження є визначення ролі банківського середовища в процесах цифрової трансформації та обґрунтування доцільності впровадження нових фінансових технологій в банківській діяльності в контексті світових глобалізаційних трендів.

Методи дослідження. У процесі дослідження було використано загальні методи наукового пізнання, системний підхід, метод наукової абстракції. Методи нормативно-логічного аналізу та статистичний метод.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематику трансформаційних зрушень у світовій та вітчизняній фінансово-банківській системі піднімали у своїх наукових дослідженнях українські науковці, зокрема: Бондаренко О. С., Васильєва Т. А., Лєонов С. В., Рубанов П. М. та інші. Проте ґрунтовнішого дослідження потребують питання цифровізації вітчизняного банківського середовища в умовах глобалізаційних та інтеграційних процесів.

Результати дослідження. Нині цифрова трансформація є новою вимогою для банків. Україна пройшла трансформацію банківської системи — очистку. Тепер слід очікувати на перезавантаження банківського сектору, що супроводжуватиметься активним упровадженнями блокчейн-технологій, які модернізують банківську діяльність і майбутній fin-tech ландшафт. Відповідно нове покоління технологій дозволить перейти до зовсім іншої якості банківських послуг. Панує думка, що банкам для виживання у контексті технологічних змін потрібно тісніше співпрацювати з FinTech-компаніями, так як банки мають ліцензію, капітал та клієнтів, а FinTech-компанії — технології та цифрові ноу-хау. З часом партнерство між банками та FinTech-компаніями стане нормою. Однак варто зазначити, що в українських реаліях запроваджувати інновації в банківських установах складно. Тому деякі фінансові установи намагаються створювати власні інкубатори, в яких відбувається відбір FinTech-проектів. У пресі зустрічаються новини про успішно імплементовані FinTech-рішення деякими українськими фінансовими установами в результаті такого відбору.

В Україні FinTech перебуває на стадії розвитку та налічує більше 100 компаній з різним ступенем зрілості, 58 % яких засновано протягом останніх трьох років. Про активний розвиток FinTech-середовища в Україні свідчить взаємодія великих банків України, зокрема Ощадбанку, Укргазбанку, Райффайзен банку Аваль, Альфа-банку, Укрсиббанку, ПУМБ, OTP bank та Мегабанку з FinTech–компаніями, 63 % яких фінансуються виключно за свій рахунок і стільки ж — пройшли точку беззбитковості [1].

На українському ринку фінансових послуг банки разом з FinTech-компаніями реалізовують спільні проекти, зокрема [2]:

- ✓ Visa та Ощадбанк реалізували технологію оплати проїзду у громадському транспорті безконтактними банківськими картками;
- ✓ Visa та Ощадбанк розпочали тестування технології Tap to Phone для безконтактної оплати через смартфони. Ця технологія дає змогу підприємцям перетворити смартфон на платіжний термінал та приймати оплату від клієнтів;
- ✓ iPau.ua — всеукраїнський сервіс прийому платежів онлайн, який працює з сімома великими українськими банками та 500 компаніями-партнерами, які приймають платежі за свої товари та послуги;
- ✓ LigPay — це український платіжний сервіс, материнською компанією якого є Приватбанк, платформа якого дозволяє отримувати платежі з карток Visa, MasterCard, інтернет-банкінг Приват 24, а також готівкою через термінали;

✓ Лайм Системс — постачальник системи автоматизацій банківських операцій та сервісних рішень для більш ніж 15 українських фінансових компаній та банків, серед яких ПУМБ, Укргазбанк, Universal Bank.

✓ AtticLab — спеціалізується на інноваційних програмних продуктах з використанням технологій блокчейну. Компанія приймає участь в проекті зі створення національної криптовалюти під егідою НБУ.

Важливим кроком у розвитку фінтеху в Україні також є те, що у 2018 році розпочала свою діяльність Українська асоціація фінтех та інноваційних компаній, мета якої формування та розвиток фінтех-екосистеми України.

Розвиток FinTech активно підтримується низкою різноманітних ініціатив та заходів Національного банку України, зокрема затверджено Комплексну програму розвитку фінансового сектору України до 2020 року, що передбачає [3]: курс на безготівкову економіку 2020; перехід на стандарти ISO20022; обмін документами у електронному форматі з використанням електронного підпису; скасування штампів, печаток та паперових копій; зберігання документів в електронному форматі; віддалена ідентифікація особи; можливість замовлення фінансових послуг онлайн; електронне візування сканкопій та підпис касових документів; можливість використання системи Bank ID для дистанційної ідентифікації клієнтів банків; захист прав користувачів фінансових послуг; підвищення фінансової грамотності населення; нові правила для стимулювання ліцензування нових гравців у секторі платежів. НБУ також затвердив Положення про організацію системи управління ризиками в банках України та банківських групах. Ключовим з позиції FinTech-індустрії видається розділ цього положення, який встановлює вимоги до співпраці з аутсорсерами.

Окрім цього, в 2019 р. Національний банк України спільно з учасниками фінансового ринку розпочав роботу з розробки концептуальних змін банківського бізнесу. Результатом має стати прийняття в 2020 р. Закону України «Про платіжні послуги», що дасть можливість втілити до 2022 р. концепцію Open Banking, інтегровану з сучасною платіжною інфраструктурою, яка буде побудована на міжнародних стандартах (ISO 20022) [4]. Враховуючи особливості банківського сектора України (заплутана структура власності, операції з пов'язаними особами, кредитування бізнесу бініфіциаріїв тощо), банки України не готові відкривати дані, тому фінтех-компанім поки складно працювати з ними. Проте, враховуючи, що відкритий банкінг — це глобальний тренд, колаборація між банками та фінтех-стартапами неминуча.

Таким чином, з активним розвитком цифрових технологій та хвилями інновацій в фінансовій сфері традиційне банківське середовище стрімко змінюється. Трансформація вимагає від банків істотних витрат на нові, часто спочатку незручні для нього ініціативи та програми, адже, щоб вижити у високо конкурентному середовищі, банк не може залишатись класичним банком за рахунок виключно клієнтського сервісу, а повинен розширювати фокус своєї діяльності в сторону нової екосистеми. Нові технології в банківській діяльності забезпечують високий рівень безпеки та надійності при обміні даними, інформацією і грошима, тому передові банки працюють над адаптацією децентралізованих реєстрів в роботі з активами та інтеграцією FinTech в свої бізнес-процеси. Передові технології навряд чи загрожують традиційному банківському бізнесу, однак вони сприятимуть модернізації вітчизняного банківського середовища, оптимізують бізнес-процеси та фінансові потоки, сформують нове бачення та розуміння сучасних потреб клієнтів у банківському обслуговуванні. Український платіжний ринок наразі перебуває на етапі адаптації вітчизняних інструментів до європейських стандартів та інтеграції нових платіжних рішень. Тому основними викликами та завданнями, які стоять перед НБУ є розвиток платіжної інфраструктури та посилення комунікацій з учасниками ринку і створення платформи для обговорення та реалізації новітніх Фінтех-рішень в платіжному просторі України.

Література:

1. Власенко В.В. Фінтехи наступають, банки тікають: чи є у них спільне майбутнє в Україні. URL: https://mind.ua/publications/20199801-fintehi-nastupayut-banki-tikayut-chi-e-u-nihspilne-majbutne-v-ukrayini. (Дата звернення: 20.04.2020).

2. Каталог ФінТех компаній України. URL: http://fintechua.org/Fintech Catalog 19Ukr.pdf (Дата звернення: 20.04.2020).

3. Фінтех в Україні: тенденції, огляд ринку та каталог. URL: https://data.unit.city/fintech/fgt34ko67mok/fintech_in_Ukraine_2018_ua.pdf (Дата звернення: 20.04.2020).

4. Концепція реформування платіжного законодавства України / Національний банк України. — 2019. — URL: https://bank.gov.ua/news/all/kontseptsiya-reformuvannya-platijnogo-zakonodavstva-ukrayini (Дата звернення: 20.04.2020).

Бондар В. В.
«Фінанси, банківська справа та страхування», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник. — Білошапка В. С., к.е.н.,
професор кафедри банківської справи КНЕУ

СУЧАСНІ РЕАЛІЇ КАРТКОВОГО БІЗНЕСУ БАНКІВ

Вступ. Платіжні картки сьогодні є багатофункціональним і необхідним продуктом, вони — невід'ємна частина широкого спектру фінансових послуг, які надають банки. Вони є сьогодні найзручнішим платіжним інструментом, що дає змогу здійснювати безготівкові розрахунки та користуватися безготівковими грошима. Платіжна картка — електронний платіжний засіб у вигляді емітованої в установленому законодавством порядку картки, що використовується для ініціювання переказу коштів з рахунка платника або з відповідного рахунка банку з метою оплати вартості товарів і послуг, перерахування коштів зі своїх рахунків на рахунки інших осіб, отримання коштів у готівковій формі в касах банків через банківські автомати, а також здійснення інших операцій, передбачених відповідним договором [1].

Щодня розширюється інфраструктура обслуговування банківських платіжних карток, розвиваються маркетингові та сервісні аспекти ведення бізнесу. Дослідження даної теми є актуальним, оскільки перехід банківської системи на більш інтенсивне використання карток в платежах — пріоритетний напрям, життєво важливий для економіки будь-якої країни світу, незалежно від її політичної системи чи державного устрою. Водночас питання оптимізації механізмів карткових платежів і розрахунків та підвищення безпеки проведення операцій з ними (у першу чергу — зниження ризику шахрайства), по праву вважаються глобальними, оскільки в процес їх вирішення залучені всі учасники ринку. Розвиток ринку платіжних карток є складовою детінізації економіки України, легалізації доходів і витрат, оптимізації розрахунків тощо.

Метою проекту є дослідження карткового бізнесу в Україні з виявленням основних трендів його розвитку та визначенням реальних майбутніх перспектив.

Методи дослідження. В даному проекті використано комплекс загальнонаукових і спеціальних методів наукового дослідження, в тому числі методи статистичних порівнянь, групування, вибірки і узагальнення — для оцінки реального стану ринку платіжних карток та вивчення тенденцій карткового бізнесу банків.

Огляд фахової літератури. Проблем управління картковим бізнесом банку та оцінки економічної ефективності інновацій, пов'язаних з картковим бізнесом, торкаються у своїх наукових працях зарубіжні дослідники Х.Тоффлер, Ш.Істенберг, Р.Капралов, О.Сокольська, Т. Мініна, Х. Кортні, Х. Перонкевич.

Аналіз праць вітчизняних вчених-практиків карткового бізнесу, наприклад, Н.Шульги, А.Савченка, В.Ющенка, Г.Юрчук, С.Козьменка, І.Кравченка показав, що розкрито багато аспектів, пов'язаних з появою та розвитком платіжних карток в Україні. Однак стрімкий розвиток карткового банківського бізнесу вимагає як слідування трендам, так і постійних новацій, оскільки саме за вмілої та гнучкої політики управління та правильної побудови короткострокової та довгострокової стратегії роботи з картками банк може набувати позиції лідера на картковому ринку та оптимізувати свої витрати на ведення цього виду бізнесу.

Результати дослідження. Наше дослідження грунтується на тезі, що операції з банківськими платіжними картками, з одного боку, розширюють спектр послуг банку, а з іншого — є потужним джерелом ресурсів [2, с. 318]. Також ми враховуємо, що значні досягнення у сфері карткового бізнесу економічно розвинених країн Європи не позбавили їх від суттєвих проблем у цьому бізнесі [3, с. 143].

Згідно даних НБУ, загальна кількість платіжних карток в Україні за 2019 рік зросла на 16 %, до 68,9 млн штук. Майже дві третини від цієї кількості — це активні платіжні картки

(61,2 %). Кількість безконтактних платіжних карток за 2019 рік збільшилася більше, ніж удвічі, до 8,6 млн карток, а кількість токенізованих платіжних карток складає на початок 2020 року 2,5 млн штук [4]. Це повністю відповідає тезі, що зменшення ролі готівки в економіці та збільшення частки безготівкових операцій –одне з важливих завдань Національного банку України, визначене, зокрема, у Стратегії розвитку фінансового сектору до 2025 року.

Актуальним залишається тренд щодо активного поширення безконтактних платежів як за допомогою безконтактних карток, так і смартфонів та інших NFC-пристроїв, що зумовлено безпекою, швидкістю та зручністю таких операцій.

Найбільше карток в Україні у платіжній системі MasterCard — 45,4 мільйона. На другому місці Visa — 17,1 мільйона карток, ще 600 тисяч карток у системі «Простір». За кількістю платіжних карток та платіжних пристроїв для їхнього обслуговування домінують Київ, Дніпропетровська та Харківська області.

Важливу роль у картковому бізнесі відіграє менеджер. Зрозуміло, що для банку дуже цінний менеджер зі спеціальною підготовкою з питань карткового бізнесу, який здатний оцінювати ситуацію на ринку впроваджуваного продукту та має досвід роботи з потенційними клієнтами — юридичними і фізичними особами, вміє йти на загострення конфліктної ситуації з вигодою для банку.

Серед основних трендів карткового бізнесу назвемо безконтактні платежі та нові способи переказу коштів, токенізацію, біометричні технології для розрахунку, акцент на пристрої, впровадження карток без реквізитів, а також покращення безпеки. Розглянемо основні з цих трендів.

Останніми роками кількість банківських відділень стрімко скорочується на тлі зменшення чисельності банківського персоналу. Разом з тим на вітчизняному ринку швидко розвиваються прогресивні технології. В 2019 р. Україна увійшла до топ-10 країн Європи за кількістю NFC-платежів, здійснених за допомогою токенізованих карток. Це замінники традиційних карток, де замість реквізитів “прошиті” унікальні цифрові ідентифікатори для здійснення операцій із застосуванням ґаджетів із функцією NFC (через платіжні сервіси Apple Pay, Google Pay, Garmin Pay тощо).

Touch ID, Face ID та їх аналоги застосовуються для оплат в мобільних гаманцях від Apple і Google. Таке підтвердження оплат стало масовим. Але це не означає, його не можна доопрацювати. Найбільш перспективна технологія тут — аутентифікація по серцебиттю, з якою працюють відразу кілька стартапів.

Крім того, міжнародні платіжні системи працюють над картою з вбудованими датчиками відбитків пальців — одночасно на базі блокчейна створюються надійні системи цифрової ідентифікації, які тимчасово надають бізнесу доступ до індивідуального ідентифікатору платежу за запитом клієнта. Простіше кажучи, торговцю більше не передають всі платіжні дані.

Щодо акценту на пристрої, то якщо 2–3 роки тому експерти вважали, що платежі перейдуть з карти в телефон, то зараз справжній сплеск платежів на інші пристрої. Тренд почали задавати Apple Watch, в яких можливі платежі через Apple Pay. З появою аналогів на Android технологія пішла в маси. Платіж з таких девайсів працює в прив’язці до смартфону, що зручніше, але пов’язане з ризиками захисту даних і ідентіфікації. Зараз NFC-практика «плати годинниками» знаходить своє застосування в годинниках, ключах, кільцях, наприклад NFC-кільце від Ощадбанку і Visa, — і, відповідно, виникають нові методи захисту.

QR-коди в Україні також вже почали впроваджувати. Головна причина — бажання охопити клієнтів, у яких немає NFC-модуля в телефоні, але є камера. Одноразовий QR, що генерується на терміналі або касі — це відмінний захист, при якій дані так чи інакше шифруються. Що ж найсильніше виділяє QR-платежі — це моментальність і низька ціна розгортання інфраструктури. Захист тут вимагає не апаратних потужностей, а виключно програмних

Перспективним трендом є картка без реквізитів. Нещодавно в Україні почали випускати унікальні картки “без реквізитів” на самому пластику. За допомогою цієї технології досягається високий рівень безпеки та зручності в момент оплати карткою— у транспорті, в кафе або торговельному центрі. У шахраїв не буде шансу підгледіти реквізити картки.

Варто згадати також переспективи переказів коштів у viber. Компанія Mastercard і Rakuten Viber в партнерстві з Neopay і Edenlab запускають в Україні сервіс грошових переказів Moneytou, що дозволяє переказує кошти безпосередньо під час спілкування в додатку Viber.

Технологією найближчого майбутнього є перекази за номером телефону. Visa працює над технологією Alias, щоб здійснювати перекази без введення номера карти — достатньо буде ввести телефонний номер одержувача коштів. За прогнозами, до кінця 2021 р. 50 % всіх розрахунків в Україні здійснюватиметься за допомогою мобільного телефону.

Висновки і пропозиції. В якості висновку зазначимо, що індустрія платіжних карток зробила колосальний ривок у розвитку, і зараз картковий бізнес в Україні розвивається динамічно. Стадія інтенсивного зростання буде тривати ще кілька років, чому сприяє поява і розвиток різних сервісів прийому оплат. При чому цей напрямок давно припинив бути виключно банківським. Велика кількість компаній в усьому світі бачать в картковому бізнесі значний комерційний потенціал та можливість переходу на якісний новий рівень, тому безліч фінтех-компаній і стартапів-початківців пропонують свої рішення. Різноманіття вибору і здорова конкуренція підвищують якість банківського сервісу, дозволяють істотно знизити вартість операції і надають позитивного поштовху розвитку карткового бізнесу банків.

Різні канали, месенджери, мобільні гаманці, кнопки оплат, інтерфейси, методи перевірок — це реалії карткового бізнесу сьогодні. Відтак, чинниками, які впливають на розвиток карткового бізнесу вважаємо технологічний чинник, попит і конкуренцію. До пропозицій, які пропонуємо реалізувати найближчим часом, віднесемо: підвищення ефективності захисту від шахрайства по картках; підвищення фінансової грамотності населення; перехід до використання більш прогресивних технологій; оптимізацію витрат часу на опрацювання даних за операціями з використанням платіжних карток; навчання персоналу виконанню операцій з використанням платіжних карток з метою зменшення витрат часу, уникнення випадків шахрайства та неякісних розрахунків з вини працівника; запровадження нових функціональних можливостей для розрахунків з використанням платіжних карток. Реалії банківських операцій з картками диктують необхідність реалізації зазначених пропозицій і за умови їх успішності картковий бізнес набуде нового якісного поштовху до максимальної ефективності.

Література:

1. Закон України «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні» від 5 квітня 2001 р., із змінами та доповненнями [Електронний ресурс]. URL: http://zakon.rada.gov.ua. — Дата звернення: 16.04.2020.
2. Капралов Р.О. Вплив макросередовища на функціонування ринку банківських платіжних карток в Україні. *Бізнес Інформ.* 2013. — № 8. — С. 317–324.
3. Кравченко І.С., Дрозд І.В. Сучасний стан і перспективи розвитку Національної системи масових електронних платежів на ринку банківських платіжних карток в Україні. *Вісник Університету банківської справи Національного банку України.* 2014. — № 2(20). С. 141–148.
4. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. URL: https://bank.gov.ua. — Дата звернення: 22.04.2020.

Неженець С. М.
«Фінанси, банківська справа та страхування»,3 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н. доцент кафедри банківської справи Чуб П. М.

ОНЛАЙН БАНКІНГ, ЯК АЛЬТЕРНАТИВА ТРАДИЦІЙНОМУ

Проблема. На сьогодні існує велика конкуренція між банками, яка спонукає їх шукати нові шляхи залучення клієнтів та збільшення продуктового ряду для наявних, активно використовуючи для цього можливості Інтернет-простору.

Мета. Метою дослідження є сучасного стану ринку банківських онлайн-послуг, визначення основних напрямів його розвитку.

Актуальність. Тема дослідження є актуальною, так як технологію онлайн-банкінгу використовує більшість людей, і вона спрощує користування послугами банку.

Методи дослідження. Методами дослідження є метод порівняння, фінансово-економічний аналіз, методи аналізу та синтезу, також у процесі дослідження використано статистичний аналіз та абстрактно-логічний метод.

Огляд наукової літератури. Проблемам розвитку та функціонування електронних банківських послуг в Україні присвячено праці вітчизняних й закордонних учених: В.М. Кравця, О.О. Гаврилової, О.Д. Вовчака, О.О. Чуб, О. Овчарук, І. Пасічник та ін.

Проте бурхливий розвиток ринку онлайн банкінгу вимагає уточнення деяких питань, пов’язаних з урахуванням світового досвіду та практичних досягнень країн ближнього

зарубіжжя для вироблення подальшої стратегії розвитку банківських онлайн-послуг в Україні.

Результати дослідження. На даний момент розвиток банківського сектору пов'язаний з веденням та вдосконаленням систем віддаленого банкінгу. Ще декілька років тому для того, щоб займати лідируючі позиції на ринку банку варто було збільшувати кількість своїх відділень, то на сьогодні банку потрібно нарощувати кількість та якість послуг системи електронного банкінгу. Розвиток такої системи є вигідним як клієнту, так і банку. Завдяки онлайн-банкінгу банки скорочують адміністративні витрати, такі як на персонал, оренду приміщення тощо [5].

В епоху інформаційних технологій для того, щоб зробити будь-яку фінансову операцію, вже не потрібно йти до відділення банку і простоювати там довгі черги. Оплатити послугу, перевести гроші своїм рідним або друзям, поміняти валюту, контролювати рахунки та багато іншого, де б ви не знаходилися 24 години 7 днів на тиждень, можна зробити за допомогою інтернет-банку.

Варто зазначити, що онлайн-банкінг — це один із видів дистанційного банківського обслуговування, засобами якого доступ до рахунків та операцій за рахунками забезпечується у будь-який час та з будь-якого комп'ютера онлайн.

У 1997 році в Америці з'явився перший у світі віртуальний банк-Security First Network Bank. А в 2001-му вкладники знаменитого Bank of America вже могли самостійно зайти в особистий кабінет на сайті свого банку, перевірити рахунок і здійснити прості операції — довідки, платежі і перекази. У цьому ж році у Японії було засновано банк Sony, який лише протягом місяця відкрив 21 000 рахунків.

На даний момент у країнах Європи кількість банківських операцій у режимі онлайн складає більше 30 % від загального обсягу послуг. Кількість клієнтів онлайн- банкінгу у США та Європі також становить більше 120 млн осіб, а оборот інтернет- банкінгу у Європі складає більше 5 млрд євро [1].

Загалом у Європі найбільш активно банківські онлайн-послуги розвинуті у скандинавських країнах — Фінляндії, Норвегії, Швеції — ними охоплено 95% банків і користуються 70 % клієнтів. У Західній Європі (Німеччині, Іспанії, Франції, Нідерландах) кількість електронних банків вдвічі перевищує показники США [3].

На рис. 1 видно, що з кожним наступним роком чисельність банків скорочується. Станом на 1 січня 2014 року діяло 163 банківські установи, то на початок 2019 р. їх чисельність становила 77 одиниць. Зменшення відбулося на 86 одиниць, або в 2,1 рази. Основні причин відкликання ліцензій можна виділити такі: надання завідомо неправдивої і недостовірної звітності; неподання щомісячної звітності у встановлені терміни із затримкою більше ніж на 15 днів; невиконання законів, що регулюють банківську діяльність; нездатність задовольняти вимоги кредиторів [4].

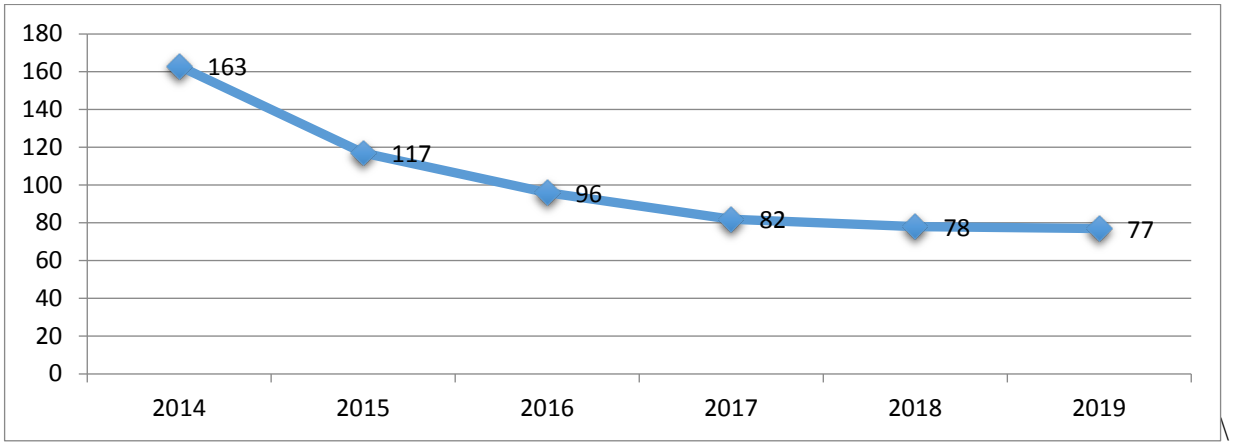


Рис. 1. Динаміка кількості діючих банківських установ

Джерело: складено автором на основі [4].

Важливо додати, що протягом 2019 року кількість безконтактних розрахунків в Україні збільшилася на 70%. Майже половина населення користуються програмами на смартфонах. І це один з найвищих показників в Європі.

Сьогодні системи електронного банкінгу використовують багато українських фінансових установ, і найпопулярнішою серед них є система інтернет-банкінг. Найбільшими і найбільш технологічними учасники ринку вважають інтернет-сервіси Приватбанку, Monobank, Альфа-Банку, VTB Банку, ПУМБ, Райффайзен Банку Аваль та інші. Проте лідером на ринку Інтернет-банкінгу традиційно залишається Приватбанк, онлайн-послугами якого користується максимальна кількість клієнтів [5].

Важливо згадати нового гравця на ринку банківстких послуг, який складає конкуренцію лідеру на ринку — Monobank. Monobank — це перший і єдиний в Україні мобільний банк без відділень і банкоматів, який є проектом Universal Bank. При цьому кількість клієнтів Monobank за останні 3 роки стрімко зростає. Так, протягом 2018 року кількість користувачів послугами даного банку зросла на 1 млн осіб, що говорить про популярність та готовність клієнтів інших банків переходити в клієнтуру Монобанка та в цілому на онлайн банкінг [2].

Для виявлення суперечливих аспектів онлайн-банкінгу доцільно звернути увагу на переваги та недоліки. (табл. 1).

Таблиця 1

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ІНТЕРНЕТ-БАНКІНГУ

Переваги	Недоліки
• мінімізація витрат на обслуговування (зниження вартості послуг); • економія часу; • зручність та ефективність; • доступність; • керованість.	• відсутність можливості «живого» спілкування з клієнтом; • необхідність додаткових витрат на підтримку платформи; • наявність помилок у роботі системи, що можуть призвести до втрати коштів; • можливість шахрайських дій.

Джерело: складено автором на основі [6].

Висновки і пропозиції. Отже, онлайн-банкінг — це спосіб дистанційного банківського обслуговування клієнтів, який в наш час замінив традиційні банки, тому що людина може здійснювати платіжні операції не виходячи з дому. На даний момент привабливість електронного банкінгу полягає в можливості цілодобово звертатися до його послуг і в короткій повторній реакції. Варто відзначити, що Україна слідує загальносвітовим тенденціям, адже багато українських фінансових установ використовують онлайн-банкінг. А конкуренція завжди штовхає до пошуку нового, вдосконаленню вже існуючого та використання позитивного досвіду минулого.

З проведеного аналізу переваг та недоліків інтернет-банкінгу (табл. 1) відмічаємо, що переваг більше та вони є більш значущими. Звісно є і недоліки, але спостерігаючи за розвитком і вдосконаленням технології мінуси, на нашу думку, будуть скореговані.

Література:

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] — Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua.

2. Monobank I Universal Bank підсумки 2019 [Електронний ресурс] — Режим доступу : https://www.monobank.ua/2019?lang=ru.

3. Голюк В. Я. Драпалюк Т.А. Інтернет-банкінг та особливості його використання в Україні // Національний технічний університет України [Електронний ресурс] — Режим доступу : https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=2ahUKEwjLoIGSj5LpAhXfAxAIHcH1CyUQFjAAegQIAhAB&url=http%3A%2F%2Fape.fmm.kpi.ua%2Farticle%2Fdownload%2F130975%2F126709&usg=AOvVaw3YUxwk9bgMC3Mv_GogvdUY.

4. Жаворонок А, Федишин М., Ковальчук Н. Р Трансформація банківських продуктів і послуг у сучасних умовах // Проблеми і перспективи економіки та управління — 2019. — вип. 2. — С. 202–215.

5. Чайковський, Ч. І. Ковальчук Я. Ю. Банківські інновації: перспективи та загрози електронних банківських послуг // Світ фінансів. — 2018. — вип. 4. — С. 121–136. — [Електронний ресурс] — Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/ujrn/svitfin_2018_4_12.

6. Захаркін, О.О. Роль інтернет-банкінгу в розвитку ринку фінансових послуг / О.О. Захаркін, Л.С. Захаркіна, М.О. Авраменко // Причорноморські економічні студії. — 2017. — № 23. — С. 173–177.

Ібрагімов Е. Р.
«Фінансові технології та інновації», 5 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доц., докторант,
доцент кафедри фінансів Пислиця А. В.

РОЗВИТОК НЕОБАНКІНГУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

Розвиток платіжних систем обумовив нові тенденції розрахунків, пов'язаних як з оплатою робіт та послуг, так і особистих переказів між фізичними особами. Якщо ще в 2014 році обсяг безготівкових операцій картками складав 62 % від загальної кількості транзакцій, то вже в кінці 2019 року цей показник значно змінився і склав 82 %, що може свідчити про значний розвиток вітчизняної платіжної інфраструктури [1]. На щастя, саме розвиток платіжної інфраструктури, в значній мірі, дозволив українцям почуватися комфортно на перших етапах впровадження карантинних заходів. Оплата комунальних послуг, оплата будь-яких доставок, в тому числі продуктів та їжі не виходячи з домівки, а також можливість обслуговувати картку без необхідності відвідувати банківські відділення є звичною для сьогодення практикою. Пандемія коронавірусу підтвердила тезис, з яким від початку зароджувалася ідея створення необанків: немає необхідності мати сотні відділень, тисячі працівників та мільйони непотрібних паперів, задля ефективного виконання всіх банківських функцій. Згідно зі статистикою Mastercard, від початку впровадження карантину обсяг безконтактних платежів виріс на 7 %, а обсяг он-лайн транзакцій виріс на 8 % [1]. Карантинні заходи дозволили зрозуміти як традиційним банкам, так і їх клієнтам те, що будь-яке уникнення зайвих контактів між людьми є не тільки ефективним, але й безпечним з точки зору розповсюдження респіраторної хвороби.

На жаль, український банківський сектор наразі є неадаптованим до повноцінного існування незалежних необанків. Єдиним прикладом функціонування необанку в Україні є Monobank, який діє за ліцензію НБУ № 92 від 10.10.2011, яка видана АТ «УНІВЕРСАЛ БАНК». Тобто за своєю суттю, Monobank є виключно послугою материнського банку, та діє на підставі угоди між акціонерами двох банків. Демонстрацією ефективності та популярності Monobank є кількість виданих карток, менш ніж за 3 роки існування, а також загальна сума, витрачена клієнтами банку. Згідно з даними Monobank, більш ніж 2,1 мільйони українців стали клієнтами банку, та більш ніж 255 мільярдів гривень було ними витрачено [2]. Такі показники діяльності свідчать про стрімкий ріст першого українського необанку, а також сукупний попит українців на сучасні банківські послуги. Однією з основних переваг необанку є більш дешеві послуги, внаслідок відсутності витрат на обслуговування відділень, а також широкий спектр бонусів, який до цього був незвичним для українців.

Наразі невідомо, коли відступить коронавірус і прогнози вчених щодо можливих строків виготовлення вакцини важко назвати оптимістичними. За найсприятливіших умов людство зможе повернутися до звичного режиму життя не менше ніж через рік. Працювати в таких умовах традиційним банкам буде дуже важко, адже окрім витрат на виплату заробітних плат співробітникам відділень є також орендні витрати, логістичні витрати та багато інших витрат, пов'язаних з підтримкою функціонування відділень. Необанки в цьому сенсі є взірцем оптимізації діяльності, адже надаючи фактично повний перелік банківських послуг, вони не потребують такого обсягу витрат, як кадрових, так і ресурсних. Окрім економічної складової переваг необанкінгу над класичними банками, існує складова безпеки людей, і в умовах пандемії вирішення усіх робочих та побутових питань без необхідності фізичного контакту є основною перевагою необанкінгу.

Таким чином, на нашу думку, карантинні заходи, а також глобальна фінансова криза підштовхнуть більшу частину банків до оптимізації власних витрат та зменшення кількості наземних відділень. Зекономлені ресурси варто інвестувати в розвиток власних мобільних додатків, а також в створення бонусних програм, які дозволять надавати клієнтам не тільки більш дешеві послуги, але й додаткові чинники, що сприятимуть конкурентоспроможності кожного окремого банку. На прикладі Monobank демонструється популяризація необанкінгу як явища, яке стало альтернативою традиційним банкам та опорою життєдіяльності людини в умовах пандемії.

Література:

1. Українці стали частіше використовувати цифрові та безконтактні оплати [Електронний ресурс] — Режим доступу : https://pingvin.pro/gadgets/news-gadgets/ukrayinczi-staly-chastishe-vykorystovuvaty-czyfrovi-ta-bezkontaktni-oplaty.html
2. Дашборд банку [Електронний ресурс] — Режим доступу : https://www.monobank.ua/?lang=uk.

Ібрагімов К. Р.
«Фінансові технології та інновації», 5 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доц., докторант, доцент кафедри фінансів Пислиця А. В.

РОЗВИТОК P2P-КРЕДИТУВАННЯ В УМОВАХ НЕДОВІРИ НАСЕЛЕННЯ ДО БАНКІВ В УКРАЇНІ

Для банківського сектору одними з основних факторів забезпечення сталого розвитку та стабільного функціонування є прозорість ринку і наявності довіри між його суб'єктами. Стосовно банківської діяльності довіра − це сукупність очікувань, передбачуваність дій контрагентів, відсутність шахрайства, дотримання суб'єктами банківської угоди прийнятих правил гри на умовах чесності, порядності та взаємної вигоди. Україна постраждала від банківських криз не один раз, в результаті яких населення втрачало більшу частину своїх заощаджень, що призвело до різкого зниження довіри до українських банків.

Посилаючись на останнє опитування Центру Разумкова, в НБУ повідомили, що на 2019 рік баланс довіри-недовіри до НБУ становить мінус 47 %, а до банків — мінус 59 %. У таких умовах малий та середній бізнес намагаються триматися подалі від банківського ринку, в результаті чого для них постає питання пошуку альтернативних шляхів та джерел залучення коштів для провадження своєї діяльності. Одним із прикладів такої альтернативи є інтернет-майданчики взаємного кредитування — платформи p2p-кредитування, які останнім часом набирають популярність [1].

Значний внесок у розвиток теорії та аналізу нових фінансових інструментів здійснили зарубіжні науковці та практики. Зокрема, окремими проблема P2P-кредитування займаються Трейсі Аловей, Девід Кінг, Джай Кю Лі, Елейн Мур, Джон Оутленд, Тінг Пен Лян, та ін. Серед вітчизняних науковців, найбільшу вагу дослідженню фінансових інновацій приділяють У. Балика, О. Єсіна, Ю. Онищенко, О. Орлика та ін.

P2p розшифровується як «peer-to-peer» або «person-to-person», що в перекладі означає «від рівного до рівного» або «від людини до людини». Майбутні кредитори і позичальники реєструються на p2p-платформах — інтернет-ресурсах або програмах, які встановлюються на смартфони, і укладають там кредитні договори. Головною особливістю є те, що кредитор та позичальник вступають у відносини без посередників (якщо не враховувати саму платформу як посередника, адже за своє функціонування вона стягує комісію) у вигляді традиційних фінансових установ (банки, кредитні спілки і т.д.) [2].

Принцип роботи таких платформ є доволі простим. Кожна із сторін заповнює відповідну заявку, після чого інвестори отримують доступ до оголошень, які розміщують позичальники, та обирають, у який проект інвестувати в залежності від терміну позички, відсоткової ставки, рейтингу позичальника та власних вподобань. Рейтинг позичальників формується на основі запитів платформи до бюро кредитних історій.

Окрім очевидної переваги у вигляді простоти, важливою особливістю функціонування таких платформ є неможливість фінансових компаній через залучені кошти здійснювати кредитування своїх афілійованих компаній та виводити їх у офшори, адже дана проблема є актуальною для нашої країни. Також важливо, що позичальники не пов'язані з кредиторами, вся персональна інформація знеособлена, а договори укладаються анонімно. Найбільш розвинені платформи, використовуючи математичні моделі, розробляють спеціальні продукти для інвесторів. З їх допомогою портфель кредитора може бути диверсифікований на основі ключових параметрів і заданих змінних, таких як середній ризик портфеля, середня прибутковість і т.д.

Однак у той же час, існують значні ризики використання таких платформ:

- ризик неповернення позики;
- відсутність методів гарантування вкладів;
- непоінформованість суспільства стосовно принципів функціонування таких платформ;

- нормативно-правова неврегульованість функціонування платформ та ін.

Перша компанія, заснована на подібній концепції, з'явилася у Великобританії у 2005 р. Вона носить назву Zopa, і з моменту свого заснування надала кредитів на суму понад 278 млн євро. Сьогодні вона виступає найбільшим p2p оператором в країні і має понад півмільйона клієнтів [3].

У США цей напрямок з'явився в 2006 р, коли були організовані Prosper та LendingClub, які за 10 років свого існування встигли видати кредитів більш ніж на 2 млрд дол. США [3].

P2P кредитування також активно розвивається в Азії, де значна кількість малозабезпеченого населення не має доступу до традиційних фінансових джерел.

Одним із сервісів для азіатського ринку виступає платформа Zidisha. Її ідея полягає в тому, щоб пов'язувати багатих інвесторів з розвинених країн з позичальниками з країн, що розвиваються, де останні отримують можливість придбання позик під менший відсоток, ніж пропонують їх місцеві кредитні організації. Також дана сфера вже багато років успішно розвивається в Швеції, Австралії та Німеччині [3].

В Україні першу спробу запровадження таких платформ взаємного кредитування здійснив найбільший банк нашої країни — «ПриватБанк». Офіційно, банком було оголошено програму кредитування фізичних осіб «Сервіс вигідних вкладів», де клієнтам банку було запропоновано додаткові 5% в порівнянні з депозитною ставкою, якщо вони погодяться направити гроші не на депозит, а на кредитування інших фізичних осіб. Прибутковість таких вкладень сягала 23% річних. Прибуток виплачувався щомісяця на картку клієнта банку.

У червні 2016 року, топ-менеджерами банку було оголошено, що дана платформа проакумулювала понад 1,6 млрд грн. Проте, незабаром Національний банк України змусив банк закрити дану платформу, у зв'язку з тим, що дані операції не відображались у звітності банку.

Отже, варто визнати, що у розвинених країнах, p2p-кредитування набуває все більшої популярності серед населення в силу своїх очевидних переваг, які наведені у дослідженні, що дає змогу даному механізму впевнено конкурувати із традиційними методами залучення коштів та залучати все більше інвесторів та позичальників, акумулюючи при цьому мільярди доларів США.

В умовах катастрофічної недовіри населення до банків в Україні, стає очевидним, що активізація платформ взаємного кредитування має значну перспективу, адже як і у вітчизняних інвесторів, так і у позичальників існує попит на простоту та прозорість, що може запропонувати даний механізм кредитування.

У той же час, варто мінімізувати ризики, які супроводжую функціонування даних платформ, шляхом запровадження механізму державного регулювання та нормативно-правової бази, які забезпечать максимальну ефективність їх функціонування.

Література:

1. Рівень довіри українців до банків залишається низьким — НБУ– URL: https://www.unian.ua/economics/finance/10509816-riven-doviri-ukrajinciv-do-bankiv-zalishayetsya-nizkim-nbu.html

2. P2p кредитування.Що це таке і чи працює воно в Україні? — URL: https://finance.ua/ua/credits/r2r-kreditovanie

3. Руденко К.В., Трофимова Л.Б. Финансовые инновации: p2p-кредитование // Научные идеи, прикладные исследования и проекты стратегий эффективного развития российской экономики. М.: ООО «Изд-во Аудитор», 2016. С. 386–390.

4. Відновлення довіри до банків — завдання НБУ. — URL: https://dt.ua/finances/vidnovlennya-doviri-do-bankiv-zavdannya-nbu-302948_.html

Марченко Д. В.
«Фінанси, банківська справа та страхування», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — старший викладач кафедри фінансів Коновалова І. М.

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ТА ЇЇ ОПОДАТКУВАННЯ

Кожен з учасників ринку веде свою діяльність, виходячи з наявної інформації, покликаної допомогти у вирішенні питань, пов'язаних із досягненням головних цілей гравців ринку. Оскільки кожний учасник економічних відносин має на меті досягнення різних цілей, поде-

коли навіть протилежних, то відповідно і потребують інформацію різного змісту. Окрім того, вся наявна в економіці інформація не є рівнодоступною для кожного з користувачів інформаційного поля. Таким чином, платник податків може приховувати частину інформації, частково або повністю переходячи «в тінь», ухиляючись від оподаткування, користуючись асиметричністю інформації та неможливістю контролюючого органу. Саме тому, в умовах формування інформаційного суспільства, а також процесів глобалізації важливу роль в розвитку країн відіграє цифрова економіка, що пов'язана з розгортанням діджиталізації соціально-господарських процесів, і яка в свою чергу виступає ефективним та продуктивним підґрунтям прогресу суспільства на основі інформаційно-комунікативних технологій, електронного врядування, мережевих систем тощо.

Поставлені завдання щодо розвитку цифрового національного податкового середовища потребують не тільки нормативно-правових механізмів їх реалізації, але й значних фінансових затрат. Однак, практики транскордонного ухилення від оподаткування та розмивання податкової бази створюють суттєвий тиск на державні фінанси. Відповідно до Указу Президента України від 28.04.2016 [7] наша країна має долучитися до міжнародних ініціатив Організації економічного співробітництва та розвитку щодо автоматичного обміну податковою інформацією.

Феномен цифрової економіки представляє собою такий тип економіки, де ключовими факторами виробництва є цифрові дані: числові, текстові тощо. Їх використання як ресурсу дає змогу істотно підвищити ефективність та продуктивність праці, конкурентоспроможність компаній, цінність послуг та товарів, знизити витрати виробництва та побудувати цифрове суспільство [1].

В Україні існує серйозний потенціал забезпечення діджиталізації економіки. Досить нагадати, що у минулому році до списку 100 кращих у світі постачальників IT-послуг «The 2019 Global Outsourcing 100» увійшло відразу 18 вітчизняних підприємств, серед них як великі відомі компанії, так і новачки. За 2019 р. обсяг IT-послуг, наданих більш ніж 12 тисячами українських компаній (4 % всіх вітчизняних компаній) зріс на 20 % порівняно з 2018 р. і склав 3,6 млрд дол. (близько 5 % ВВП). Крім того, цей ресурс забезпечує великою кількістю робочих місць з достатньо високою заробітною платою, що стимулює економічне зростання країни [2, с. 49]. Важливо пам'ятати, що для побудови ефективної цифрової економіки вкрай важливо забезпечити не лише наявність та доступність каналів обміну інформації (у нашому випадку Інтернет), але також законодавчу базу з відповідною системою оподаткування та готовність держави брати активну участь в електронній взаємодії.

Інституційно-правове оформлення цифрової економіки в Україні розпочалося ще в 2013 році з розпорядження Кабінету Міністрів України [3]. Крім того, Україна брала участь у деяких міжнародних заходах, залучення до яких сприяло більш активному розвитку цифрової економіки. Українським урядом була також ухвалена цифрова стратегія на 2018–2020 роки, головною метою якої є усунення бар'єрів на шляху цифрової трансформації України у найбільш перспективних сферах. В основі стратегії стало стимулювання економіки та залучення інвестицій, подолання цифрової нерівності, поглиблення співпраці з ЄС у цифровій сфері та розбудова інноваційної інфраструктури країни і цифрових перетворень.

Проблематика сучасної української цифровізації економіки зводиться до наступних аспектів. Перша проблема полягає у недосконалості та неповноцінності українського законодавства в питанні податкового регулювання електронної комерції. На сьогодні у вітчизняному законодавстві чітко не закріплені визначення електронної комерції, інтернет-торгівлі та інших відповідних визначень, хоча самі терміни широко використовуються в офіційних документах. У законодавстві відсутня класифікація цифрових продуктів, тобто не визначено, відносити їх до товарів чи до послуг. Для подолання цієї проблеми та врегулювання оподаткування цифрових товарів, необхідно внести зміни до відповідних статей Податкового кодексу, які стосуються об'єктів оподаткування загалом та об'єктів для стягнення ПДВ зокрема.

Не менш важливою є проблема, що стосується оподаткування цифрової (нематеріальної) продукції та онлайн-послуг у сегменті B2C і C2C. Електронну комерцію важко контролювати — особистість і місцезнаходження покупця нині можна встановите лише за даними банківської картки, а якщо оплата здійснюється через електронну платіжну систему, таку як Web-money, то це взагалі неможливо. Враховуючи те, що в Україні існує недосконалість цифрового контролю, а також відставання контролюючих фіскальних органів у наявності відповідного програмного і технічного забезпечення, дана проблематика має вкрай негативний

вплив. У результаті цього кіберполіція не спроможна гарантувати максимальну ефективність в ідентифікації та відслідковування злочинів у цифровому просторі. За такої ситуації можливості ухилення від податків здаються безкінечними [4, с. 57].

Зарубіжний досвід свідчить про те, що низка країн ЄС уже впровадила заходи, націлені на оподаткування цифрової діяльності. Так в Італії відбулося запровадження веб-податку, котрий почали справляти у 2019 р. Це податок за ставкою 3%, що застосовується до ціни (без ПДВ) інтернет-послуг, які характеризуються мінімальним втручанням людини й використанням технологій, які надаються італійськими резидентами та нерезидентами споживачам країни. Він нараховується одержувачу послуги під час її оплати. У Франції з початку 2018 р. застосовується податок у розмірі 2 %, що справляється з рекламних доходів платформ — резидентів і нерезидентів, котрі транслюють безкоштовні чи платні відео в Інтернеті, таких як YouTube чи Netflix. Окрім того, Франція ініціювала впровадження так званого податку на GAFA (за першими літерами назв компаній “Google”, “Apple”, “Facebook” та “Amazon”), щоб ці інтернет-гіганти сплачували справедливу частку податків за свої величезні бізнес-операції в Європі. У Великобританії був введений податок на переміщений прибуток, який спрямований на запобігання ухиленню від оподаткування й уникненню податків цифровими гігантами. Австрія ж розширила сферу застосування національного податку на рекламу, охопивши ним пропозицію товарів і послуг в Інтернеті. За допомогою такого заходу, що набрав чинності у 2018 р., уряду вдалося знизити ставку податку на рекламу (в умовах збільшення бази оподаткування) [5, с. 79].

Для України сьогодні важливо насамперед стежити за тим, які рішення з оподаткування цифрових компаній прийняті й активно дискутуються, аналізувати їх переваги, особливості застосування, в тому числі адміністрування, можливий негативний вплив на економічні процеси й політичну ситуацію. Особливу увагу слід звертати на те, чи можуть розроблені або визнані успішними зарубіжні моделі цифрового податку бути ефективними у вітчизняних інституціональних реаліях.

Отже, кооперація на міжнародному рівні з приводу обміну податковою інформацією є ефективним інструментом, що дає змогу податковим органам деяких держав діяти в рамках внутрішнього податкового законодавства та положень міжнародних податкових конвенцій без порушення суверенітету інших країн і прав платників податків, з метою запобігання зловживанням у сфері податкового планування та ухилення від сплати податків, а також створення додаткових дохідних статей у своїх бюджетах.

Література:

1. Український інститут майбутнього. Цифрова економіка. Термінологія [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html#6-2-1
2. Кірєєв Д. Б. Розвиток цифрової економіки як елемент стратегії суспільного розвитку в Україні // Д. Б. Кірєєв // Вчені записки ТНУ ім. В.І. Вернадського. Серія: Державне управління. — 2019. — Том 30(69). № 1. — С. 38–44.
3. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.kmu.gov.ua/npas/246420577
4. Бодров В. Г. Податкове регулювання в умовах формування цифрової економіки України // В. Г. Бодров // Економічний вісник. Серія: фінанси, облік, оподаткування. — 2018. — № 2. — С. 3037.
5. Кощук Т. В. Шляхи вдосконалення оподаткування цифрових компаній // Т. В. Кощук // Фінанси України. — 2019. — №7. — С. 73–88.
6. Чекіна В. Д. Смарт-промисловість і податки: точки дотику // В. Д. Чекіна // Фінанси України. — 2017. — №11. — С. 89–109.
7. Указ Президента України «Про заходи щодо протидії зменшенню податкової бази і переміщенню прибутків за кордон» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/180/2016

Поливана Ю.
«Фінанси, банківська справа та страхування», 5 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені В. Гетьмана»
Наукові керівники: к.е.н., доц., доцент кафедри фінансів Степура М.М.,
к.е.н., доц., доцент кафедри фінансів Котіна Г. М.

ОПОДАТКУВАННЯ ЦИФРОВИХ ПОСЛУГ: ДУМКИ НА СЬОГОДНІ ТА ЗАВТРА[1]

Вступ. Економіка XXI століття характеризується тим, що фірми можуть бути активно залучені в економічне життя великої кількості юрисдикцій без фізичної присутності, а нові нематеріальні фактори вартості продукції або послуг стають все більш вагомими. Слід зазначити, що саме постачальники цифрових послуг — Facebook, Apple, Amazon, Netflix, Google і Microsoft — на світовому фінансовому ринку мають найвищий рівень ринкової капіталізації (4,5 трлн дол.) Вони варті більше 1000 компанії, що котируються на Лондонській фондовій біржі. Однак жодна із шести не є прикладом відповідальної податкової поведінки.

Вирішення викликів міжнародного оподаткування високотехнологічного (цифрового) бізнесу є одним із завдань Дії 1 Плану протидії BEPS. Згідно з чинними міжнародними правилами оподаткування країна, де розміщені споживачі, має обмежені права щодо оподаткування прибутку від дистанційної діяльності іноземної компанії, у якої немає присутності в цій країні.

Отже, бізнес, який працює дистанційно та зараз не сплачує податки в країні споживача товару чи послуги, за новими правилами може підлягати оподаткуванню в цій країні, оскільки буде вважатися таким, що має тісний зв'язок з юрисдикцією ринку споживання. Європейська Комісія представила низку заходів, спрямованих на забезпечення справедливого та ефективного оподаткування цифрових підприємств, що працюють в межах ЄС. Пакет включає як проміжні заходи, у вигляді 3 % податку на цифрові послуги з доходів, так і довгострокового рішення, що впроваджує концепцію цифрового постійного представництва.

Огляд фахової літератури. Емпіричні дослідження [1–9] підтверджують, що великі транснаціональні компанії (переважно з цифрового сектору) сплачують порівняно низькі податки в країнах з високим рівнем оподаткування. Раніше OECP оцінювала, що уряди у всьому світі втрачають 4–10 % загального доходу від податку на прибуток корпорацій щороку, або 100–240 мільярдів доларів. За останніми даними Euractiv, за статистикою податкових гаваней, таких як Бермуди чи Ірландія, близько 40 % прибутку транснаціональних компаній уникають оподаткування. Таким чином, ЄС втрачає 20 % доходу від діджітал-компаній.

Метою роботи є створення інновацій у податковій сфері, які вплинуть на ефективність у зборі доходів, а саме збирати максимальну суму доходу з мінімальними витратами для держави.

Методи дослідження в дослідженні використані емпіричний, історичний, методи аналізу та порівняння.

Результати дослідження. Новий податок на цифрові послуги (DST) застосовується з 1 січня 2020 року за єдиною ставкою 3% від валового доходу від певних цифрових сервісів, включаючи: постачання рекламного простору; надання доступу до торгових майданчиків, що полегшують транзакції безпосередньо між користувачами; передача зібраних даних користувачів, що постачають цифровий контент або платіжні послуги.

Минулого року (2019) Європейський Союз (ЄС) оприлюднив пропозицію цифрового оподаткування. Однак ЄС не зміг досягти згоди щодо пропозиції щодо оподаткування цифрових послуг. Станом на січень 2020 року Австрія, Франція, Угорщина, Італія та Туреччина запровадили GST. Бельгія, Чехія, Словаччина, Іспанія та Великобританія опублікували пропозиції щодо прийняття GST, а Латвія, Норвегія та Словенія офіційно оголосили або виявили наміри запровадити даний податок. Запропоновані та впроваджені GST суттєво відрізняються за своєю структурою.

В даний час OECP працює над міжнародним рішенням щодо цифрового оподаткування, деякі країни нещодавно вжили односторонні заходи щодо впровадження податку на цифрові послуги. Наприклад, Франція запровадила так званий «податок на GAFA», даний податок застосовується з 1 січня 2019 року і уже збільшив доходи бюджету Фрпанції на 23 %. Крім то-

[1] Підготовлено за результатами аналітичного дослідження Поливаної Ю., Матвійчук Д., Загорійчук Т. «Оподаткування цифрових послуг як альтернативний інструмент в реалізації бюджетно-податкової політики в контексті глобальних трендів», виконаного в рамках спільного проекту Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України та ВУЗів «Синергія знань, досвіду та креативності заради майбутнього», квітень 2020.

го, в Італії закон про фінанси 2018 року запровадив веб-податок, який застосовується з січня 2019 року. Податок у розмірі 3% застосовується до Інтернет-послуг.

Для того, щоб виявити, які саме податки на цифрові послуги можна використати в Україні, необхідно проаналізувати стан ринку IT в Україні. Розвиток IT-індустрії в Україні значно випереджає середні темпи розвитку сегменту у світі. Понад 100 представників списку найуспішніших компаній світу «Fortune 500» є лояльними клієнтами вітчизняного IT-бізнесу, провідна міжнародна організація Global Sourcing Association відзначила Україну у якості найкращої країни-постачальниці IT-послуг до Великої Британії, авторитетний американський бізнес-журнал Inc. включає українські компаній до переліків таких, що розвиваються найбільш динамічно. Проте аспект оподаткування галузі залишається актуальним через наявні невирішені питання.

Висновки і пропозиції. Враховуючи аналіз ринку в Україні, на нашу думку, наразі можливо поступово імплементувати наступні види податків на цифрові послуги, зокрема:

- Податок на Інтернет-послуги, що надаються резидентами, як це було здійснено в Італії. Щодо ставки податку, то вона може варіюватись від 4 до 5 % від отриманого доходу. Для України можна не застосовувати ставку за умови співпраці з університетами, залучення українських випускників, створення цифрових продуктів для держави (на базі тендерів ProZorro).
- Податок на «GAFA» та інші компанії-нерезиденти — в межах 1–2 % з виручки за прикладом Франції (для нас відсоток нижчий, оскільки умови функціонування бізнесу об'єктивно гірші), бо ПДВ для нерезидентів має під собою низку додаткових проблем з адміністрування та сплати;
- Зробити окрему групу платників єдиного податку для аутсорсерів та IT-спеціалістів, які реєструються як ФОПи зі збільшеним лімітом доходу, але змусити платити більше. Доходи спеціалістів у цій сфері в рази вищі ніж середні у країні. Дохід ФОП, що перебували у трудових відносинах з компаніями, перевищував середню зарплату у 7.8 раз, а розмір єдиного податку виявився у 3.4 рази більшим, ніж розмір ПДФО на 1 працюючого. Тому вважаємо доречним підняття ставки до 8–10 % від доходу, відповідно додаткові кошти будуть йти у місцеві бюджети та допомагати розвитку регіонів, а орієнтовні донарахування будуть залежити від темпів зростання ринку.
- Крім того, вважаємо доречним звільнення від оподаткування для стартапів протягом перших 2-3 років існування.

Література:

1. Prof. A. Heinemann. "Digital Platform Economies and Taxation: Background and Trends in Digital Taxation and the Proposal of the European Commission" EU Commission (2018), Factsheet, Brussels, March 21, 2018. (August, 2019).
2. Information technology industry in Ukraine. Available at: http://publications.chamber.ua/2018/IT/the-infographics-report-it-industry-of-ukraine-2017.pdf.
3. OECD (2020), Statement by the OECD/G20 Inclusive Framework on BEPS on the Two-Pillar Approach to Address the Tax Challenges Arising from the Digitalization of the Economy — January 2020, OECD/G20 Inclusive Framework on BEPS, OECD, Paris. Available at: www.oecd.org/tax/beps/statement-by-the-oecd-g20-inclusive-framework-on-beps-january-2020.pdf.
4. KPMG, "Taxation of the digitalized economy," Jan. 23, 2020, Available at: https://tax.kpmg.us/content/dam/tax/en/pdfs/2020/digitalized-economy-taxation-developments-summary.pdf.
5. Dynamics of foreign trade in services by type. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/ operativ/ operativ2008/zd/dseip/dseip2007_u.htm.
6. EXPLANATORY NOTE to the draft Law of Ukraine "on amendments to the Tax code of Ukraine regarding the taxation of value-added tax on electronic services supplied by non-residents to individuals whose place of delivery is located on the customs territory of Ukraine". Available at: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc34?id=&pf3511=67703&pf35401=515695.
7. VAT on digital services (MOSS scheme). Available at: https://europa.eu/youreurope/business/taxation/vat/vat-digital-services-moss-scheme/index_en.htm.
8. Digital Tax Around The World: What To Know About New Tax Rules. Available at: https://quaderno.io/blog/digital-taxes-around-world-know-new-tax-rules/.
9. Section 301 Investigation Report on France's Digital Services Tax. Available at: https://ustr.gov/sites/default/files/Report_On_France%27s_Digital_Services_Tax.pdf.

ІНСТИТУТ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ЕКОНОМІЦІ

ПЛАТФОРМА 1
КІЛЬКІСНІ МЕТОДИ В ЕКОНОМІЦІ

Вознюк М. Я.
«Економічна кібернетика», 5 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
Університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри
економіко-математичного моделювання Кравченко Т. В.

ПРОГНОЗУВАННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ДІЯЛЬНОСТІ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ

Постановка проблеми. З урахуванням стрімкого розвитку web- та інтернет-технологій, електронна комерція нарощує обсяги у світовому масштабі і формується як окрема галузь економіки. Кожного дня все більше підприємств різних країн в усьому світі впроваджують у свою діяльність інструменти електронної комерції, що дозволяє їм залучати нових клієнтів та, відповідно, нарощувати прибуток. Не виключенням є і сфера торгівельних відносин, яка, на сьогоднішній день, активно переміщується в онлайн світ [5].

Актуальність. У зв'язку із світовою кризою, яка настала через вірус COVID-19, бізнесу необхідно швидко адаптуватися. Зокрема, інтернет-магазини повинні покращити свій бізнес-процеси, для того, щоб їхні втрати були найменшими, а заробіток найбільшим.

Метою даного дослідження є виявлення категорії товарів для інтернет магазинів, які планують збільшити свої продажі на період кризи та на найближчий період після неї.

Методи дослідження. Дана робота побудована на даних з Google Trends по запиту «Розетка» за 2010–2020 роки [1]. Google Trends — простий і зручний інструмент для аналізу популярності і сезонності пошукових запитів. Для дослідження було використано «наївний» метод прогнозування, зроблено перевірку на «Білі шуми» використовуючи критерій Льюнга — Бокса. А також здійснено перевірку на точність моделі прогнозу. Всі розрахунки виконувалися в програмному середовищі «R».

Огляд фахової літератури. Для вирішення даної проблематики проаналізовано роботи таких закордонних і вітчизняних авторів як: Роб Дж. Хайндман [2] та Романюк О. В. [3].

Результати дослідження. Для дослідження було обрано категорії «Комп'ютери й Електроніка», «Дім і Сад» і «Мистецтво та Розваги». За допомогою функції autoplot в програмному середовищі «R» побудовано графіки, для того, щоб оцінити яку тенденцію мали обрані категорії протягом 2010–2020 років. Таким чином, категорія «Дім і Сад» має зростаючий тренд, тому інтернет-магазини можуть розвивати цей напрям. В «Google_тренд» по запиту «Розетка» та «Комп'ютери й Електроніка» — графіки були майже ідентичні, тому можна припустити, що інтернет-магазин «Розетка» має основний прибуток з даної категорії. Слід зазначити, що після 2014 року в Україні можна спостерігати певну сезонність інтернет-покупок.

За допомогою функції ggseasonplot проаналізовано, що найбільше покупок в Україні по даних категоріях здійснюється в грудні місяці. По категоріях «Google_тренду» і «Комп'ютери та Електроніка» найбільше покупок було зроблено в 2013 році. В категорії «House_Garden» відбувся значний скачок в березні — квітні 2020 року. Це можна пояснити карантином в Україні. В даний період часу люди значно більше почали купувати речі для дому та саду, хоча для даної категорії найбільше покупок було здійснено в 2014 році. Для групи «Мистецтво та Розваги» найкращим був 2013 рік.

Для побудови прогнозів необхідно було визначити чи не є наш набір даних «білим шумом». Здійснено перевірку саме категорії «Мистецтво та Розваги» на білі шуми, оскільки в інших категоріях чітко спостерігалась видно сезонність. Перевірка здійснювалась за допомогою побудови автокореляції та Ljung-Box тесту. Показник P-value (p-value < 2.2e-16), в даному випадку, є дуже малим (<0.05). Тому дана категорія не є білим шумом, а також це підтверджує появу автокореляції. Отже, задані дані можна використовувати для побудови прогнозу.

За допомогою функції snaive було побудовано прогноз для всіх досліджуваних категорій товарів та послуг на 2 наступні роки. Результати зображено на рис. 1. З метою перевірки точності заданого методу прогнозування в якості порівняння було використано прогноз за середнім значенням: для «наївного» прогнозу RMSE=8.21 та для «середнього» RMSE=18.86. Оскільки, найменший RMSE в наївному методі, то цей метод дав точніший прогноз.



Рис. 1. Результати побудованого прогнозу

Висновки та пропозиції. В результаті дослідження було розглянуто різні категорії товарів інтернет-магазинів. Проведені розрахунки показали, що для нового бізнесу краще в даний момент розглянути категорію «Дім та Сад». Ця категорія має зростаючий тренд. До того ж дана категорія має найбільший попит саме в період карантину. В нашій ситуації — це виграшний варіант, а ризик зазнати втрат в даному випадку буде найменший. До того ж, дана думка підтверджується прогнозами платформи онлайн-оголошень «OLX». За даними OLX, протягом весни 2020 року найбільше ріст попит на продукти харчування і садовий інвентар — +178 %, а також на товари для саду та городу — +124 %. До топ-3 потрапив «Дім і сад»: найактивніше стали цікавитися садовим інвентарем — +178 % тих, хто відгукувався на оголошення. Водночас зростає й кількість пропозицій — +34 %. Товари для саду та городу стали популярнішими на 124 %, число пропозицій збільшилося на 26 % [4].

Також, дослідження показало, що по-перше, краще не вибирати категорію «Комп'ютери та Електроніка», оскільки вона є дуже затратною, потрібно вкласти великий капітал, а по-друге, всі великі мережі такі як: «Розетка», «Алло», «Цитрус», які перебувають довгий час на ринку і викликають певну довіру в споживачів, мають високий рівень конкуренції, що не сприяє досягненню більших прибутків та зменшення втрат. До того ж, саме інтернет-магазин «Розетка» спеціалізується найбільше по даній категорії. Категорію «Мистецтво та Розваги», на даний момент, краще не розвивати, оскільки вона має спадаючий тренд в інтернет-магазинах, а криза не сприяє її розвитку.

Література:

1. Google Trends. https://trends.google.com.ua/trends/?geo=UA
2. Hyndman, R.J., & Athanasopoulos, G. (2018) Forecasting: principles and practice, 2nd edition, OTexts: Melbourne, Australia. OTexts.com/fpp2.
3. Маліцький О. С. АНАЛІЗ МЕТОДІВ ПРОГНОЗУВАННЯ ПРОДАЖІВ В ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНІ / О. С. Маліцький, О. В. Романюк // Вінницький національний технічний університет. — 2017.
4. Попит на продукти та садовий інвентар виріс майже в 3 рази: що вигідно продавати онлайн [Електронний ресурс] // Блог ОЛХ. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: https://blog.olx.ua/23593/popit-na-produkti-ta-sadovij-inventar-viris-majzhe-v-3-razi-shho-vigidno-prodavati-onlajn/.
5. Синявська О. О. Електронна торгівля в Україні: тенденції та перспективи розвитку / О. О. Синявська. // Вісник ХНУ. — 2019. — № 9. — С. 126–132.

Ясинський А. О., Пасічник С. О.
«Економічна кібернетика», 5 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — д.е.н., професор кафедри економіко-математичного моделювання Піскунова О. В.

ЗАГРОЗИ ЕКОНОМІЧНІЙ БЕЗПЕЦІ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Постановка проблеми та актуальність теми дослідження. Рівень економічного розвитку країни є агрегованим показником розвитку усіх її елементів. Україна — унітарна держава, регіонами якої є 24 області, 1 автономна республіка (АР Крим) і 2 міста зі спеціальним статусом: Київ і Севастополь. Але за даними сайту державної статистики 24 % регіонального ВВП припадає на м. Київ. В умовах такого нерівномірного розвитку окремих регіонів України гостро постає питання захищеності та підвищення економічної безпеки регіонів — як складової державної безпеки. Україна молода держава і рівномірний економічний розвиток регіонів є одним з тих з'єднуючих елементів які і роблять цю державу унітарною.

Мета роботи полягає у дослідженні загроз економічній безпеці регіонів України, використовуючи методи багатовимірного статистичного аналізу моделей, на основі статистичних даних по цим регіонам та за допомогою ПЗ «STATISTICA».

Методи дослідження. Основним методом дослідження був багатовимірний статистичний аналіз — факторний та кластерний аналіз.

Огляд фахової літератури. Аналіз робіт попередників Сухорукова А. І., Харазішвілі Ю. М., та Криленко В. І. [1, 2], в цій області наводить на логічний висновок, що з часом сутність індикаторів, за якими досліджують економічну безпеку регіонів може змінюватись. Наприклад значення внутрішньої міграції населення до 2014 року і після. Також можна відзначити, що кожен дослідник виділяв важливими індикатори на основі своєї експертної думки. Тому слід мати на увазі, що тільки комплексне дослідження з використанням як можна більшої кількості показників може дати гарантію точності.

Результати дослідження. Знаходження інформації для дослідження відбувався за допомогою Державної служби статистики України. Основними даними для аналізу економічних загроз для регіонів стали: групи показників економічних безпеки та групи показників соціальної безпеки, і в кожній групі по 5 основних небезпек для регіонів України.

Дослідження здійснювалося у програмі «Statistica». Спочатку було здійснено дослідження факторним та кластерним аналізом. На початку було виокремлено за допомогою методу головних компонент «підзагроз» економічній безпеці регіонів України. Було виокремлено два узагальнених фактори, після чого було побудовано матрицю факторних навантажень, на якій видно основні загрози зниження економічній безпеці України. Було перевірено статистичну якість моделей, як результат отримано, що, сумарна дисперсія загальних факторів, відібраних для аналізу, склала 91,4 % та 76,5 %, що є високим показником і свідчить про відносно хорошу якість обраних головних компонент.

Було здійснено розподіл регіонів на основі виокремлених «підзагроз» за методом *k*-середніх на такі групи: «благополучні», «неблагополучні» та «кризові» (рис. 1).

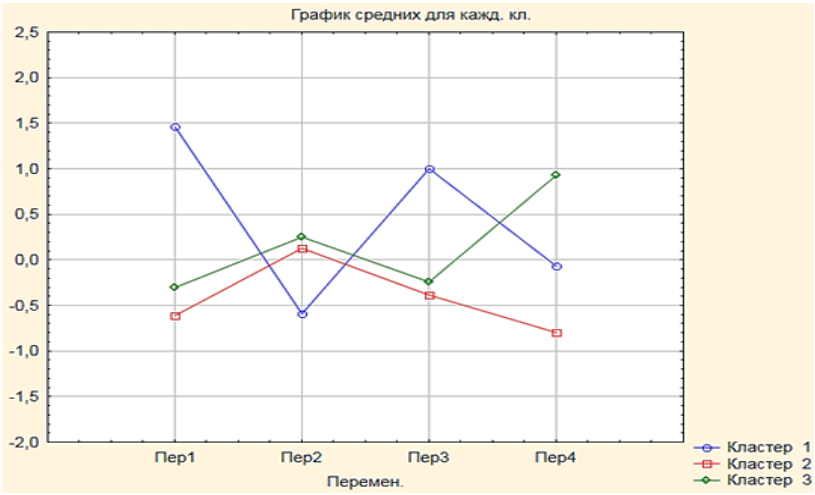


Рис. 1. Розподіл регіонів за трьома кластерами за методом *k*-середніх

Кластери 2 та 3 мають низький рівень, що є загрозою для їх соціального розвитку. За рівнем загрози економічного спаду та за рівнем соціальної напруги виокремленні кластери 2 та 1 охоплюють відносно благополучні регіони, кластер 3 містить регіони з високим рівнем загрози економічного спаду та соціальної напруги

Результати дослідження підтверджують наявність тенденції до розриву у розвитку регіонів. На підставі проведеного дослідження було успішно кластеризовано на три кластери за методом ***K*** середніх регіони за рівнем соціально-економічного розвитку. До першого кластеру входять регіони що мають високий рівень економічної безпеки: Дніпропетровська, Київська, Львівська, Одеська, Харківська, м. Київ. Усі інші входять до кластерів 2 та 3 з низьким рівнем безпеки, що є загрозою для їх соціального розвитку. За рівнем загрози економічного спаду та за рівнем соціальної напруги виокремленні кластери 2 та 1 охоплюють відносно благополучні регіони, кластер 3 містить регіони з високим рівнем загрози економічного спаду та соціальної напруги.

Висновки і пропозиції. Таким чином, побудовані моделі дозволяють класифікувати регіони на благополучні та кризові. Можна зробити висновок, що проведений аналіз дозволив чітко віднести кожен регіон до трьох виокремлених класів (кластерів). Але, як видно на графіку, за показниками соціальної групи (дестимуляторами) заможні регіони та столиця просідають. Це результат природнього збільшення смертей і самогубств в умовах густо населених міст. З іншого боку модель не може проілюструвати, що приток населення у заможних регіонах не є наслідком народжуваності яка загалом від'ємна у всіх регіонах, а є простою міграцією з бідних регіонів країни. Отже модель потребує корекції для отримання більш точного результату.

Література:

1. «Економічна безпека регіону як складова забезпечення національної економічної безпеки» / В. І. Криленко / Наукове видання «Ефективна економіка», № 2, Миколаїв, 2013 рік [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/efek_2013_2_11.pdf

2. «Моделювання та прогнозування соціально-еко-номічного розвитку регіонів України : монографія» / А. І. Сухоруков, Ю. М. Харазішвілі. — К. : НІСД, 2012. — 368 с [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/spa_2014_1_31.pdf

Мокринчук В. М., Білоус А. М.
«Економічна кібернетика», 5 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.ф.-м.н., професор, завідувач кафедри Великоіваненко Г. І.

ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ COVID-19. МОЖЛИВІ СЦЕНАРІЇ ТА ПЕСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Вступ. Сьогодні Україна та весь світ зустрілися із серйозним медичним викликом, пов'язаним із життям населення, що без сумніву справить вплив на соціально-політичний та економічний стан кожної країни. Для більшості країн світу епідемія знаходиться в стадії розвитку, в свою чергу для Китаю вона згасає. У Україні перший випадок зараження COVID-19 було зафіксовано 02.03.2020 р. Очевидно, що поширення хвороби чинитиме вплив не лише на демографічний стан країн світу, але й на економічний розвиток. Виникає необхідність аналізу можливих сценаріїв економічного розвитку.

У дослідженні було охарактеризовано вплив вірусу COVID-19 на стан економічного розвитку України та світу. Проведено аналіз статистики поширення вірусу в Україні та у світі. Проаналізовано можливі сценарії економічного розвитку світової економіки залежно від тривалості епідемії: сповільнення розвитку, його зупинка або економічний спад, визначено найбільш ймовірний та описані основні зміни економічних показників для лідируючих держав у світі. Визначено основні перспективи економічного розвитку України та було побудовано прогноз розповсюдження вірусу в України.

Актуальність теми полягає в тому, що в майбутньому такі математичні моделі можуть коригувати та оптимізувати заходи держави з стримування епідемії. Це допоможе правильно розподілити навантаження на медичну систему країни, ввести превентивні міри та закінчити карантин лише після того як пік епідемії буде пройдено, що в свою чергу мінімізує кількість летальних випадків.

Методи дослідження. Було проведено дослідження та спрогнозували значення кількості заражених людей в Україні на найближчі 30 днів. Для прогнозу було застосовано регресійний та кореляційний аналізи. Першим днем спостережень було встановлено перший випадок захворювання на COVID-19. Наступним етапом було визначення кореляції, тобто наявність взаємозв'язку, динаміки зараження між Україною та іншими державами. За результатами отриманих розрахунків схожий характер розповсюдження захворювання мають Україна, Швеція, Польща та Чехія.

Огляд фахової літератури. В березні 2020 року компанія McKinsey провела дослідження та опублікувала статтю «Safeguarding our lives and our livelihoods: The imperative of our time» [1], де вперше були описані дев'ять сценаріїв економічного впливу від кризи COVID-19. Базисом для огляду світової ситуації стало саме це дослідження, яке було проаналізовано в процесі роботи, визначені ключові моменти, а також запропоновано найвірогідніший сценарій економічного впливу з наявних дев'яти. На основі цього сценарію були описані прогнози значень ВВП для економік Китаю, США, а також середні значення для ЄС та світу, а також приблизний час, за який країна або країни повернуться до докризових показників.

Робочою групою з математичного моделювання проблем, пов'язаних з епідемією коронавірусу SARS-CoV-2 в Україні створена розпорядженням Президії НАН України від 3 квітня 2020 р. було розроблено модель SEIR–U, яка прогнозує нові випадки захворюваності в Україні. Дана модель була застосована в дослідженні для еталонного порівняння отриманих значень з прогнозами науковців, а також були використані статистичні дані країн, які мають схожий характер розповсюдження захворювання з Україною.

Результати дослідження. Можливі сценарії економічного впливу від кризи COVID-19 (сценарії вказано в залежності від заходів щодо охорони здоров'я та реакції економічної політики) [1]:

- A1 — Рецидив вірусу; повільне довгострокове зростання. Приглушене світове відновлення;
- A2 — Рецидив вірусу; сильний світовий підйом;
- A3 — Вірус під контролем; повільне відновлення;
- A4 — Вірус під контролем; активне відновлення економіки;
- B1 — Вірус під контролем; зниження довгострокового тренду росту економіки;
- B2 — Рецидив вірусу; повільне довгострокове зростання;
- B3 — Ескалація пандемії; тривалий спад без економічного відновлення;
- B4 — Ескалація пандемії; повільний прогрес до відновлення економіки;
- B5 — Ескалація пандемії; з затримкою, але повне відновлення економіки.

Прогноз розвитку епідемії COVID-19 в Україні. Було проведено дослідження та прогнозовано значення кількості заражених людей в Україні на найближчі 30 днів. Для прогнозу було застосовано регресійний та кореляційний аналізи. Першим днем спостережень було встановлено перший випадок захворювання на COVID-19.

Для побудови регресійної моделі використовувалися фактичні показники кількості захворювань в Україні у період з першого випадку зараження 04.03.2020 до 29.04.2020 [2]. Прогнозування даних розраховувалося на період 01.05.2020-31.05.2020

Лінійна залежність між факторною та результативною ознакою має вигляд:

$$Y_x = -52 — 0{,}67\, x_1 + 0{,}41\, x_2 + 0{,}65\, x_3$$

де x_1, x_2 та x_3 — кількість захворювань в Чехії, Польщі та Швеції від початку першого випадку захворювання. З огляду на те, що захворюваність почалася в різні часові періоди в різних країнах, але раніше в Україні (тобто існує лаг між датою першого захворювання в Україні та досліджуваних країнах) можна побудувати релевантний прогноз кількості заражених на Covid-19 в Україні на найближчий місяць.

$R^2 = 0.996$, що вказує на функціональну залежність x та y.

t-критерій Стьюдента становить для $t_{x1} = 6.53$, $t_{x2} = 2.43$ $t_{x3} = –7.19$, отже лінійний коефіцієнт кореляції вважається істотним.

Прогнозування захворюваності в Україні показало, що станом на 31.05.2020 в Україні прогнозується 19.042 заражених на COVID-19. Після досягнення піку захворюваності (600

випадків) зниження нових випадків інфікованих буде спостерігатися до кінця травня 2020 р. до медіанного значення 400 випадків. Після досягнення піку летальності (медіанне значення 25 випадків) зниження нових летальних випадків буде відбуватися до кінця травня 2020 р. До медіанного значення 18 випадків (діапазон прогнозованих значень 10–30).

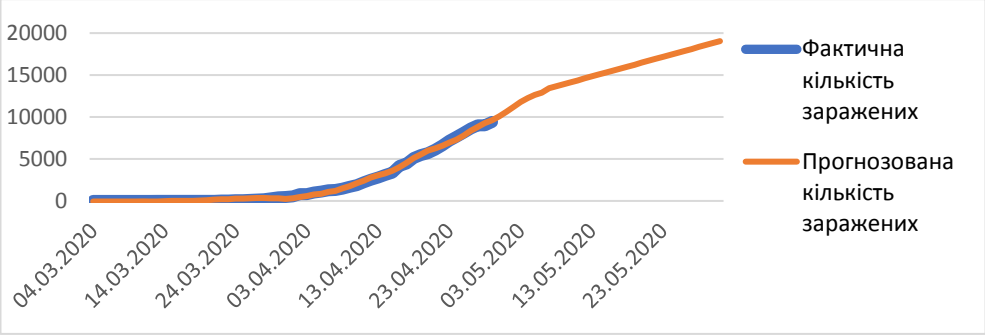


Рис. 1 Прогнозування захворюваності на COVID-19 в Україні

Висновки і пропозиції. Отже, поширення COVID-19 у світі і Україні має не лише демографічні, але й економічні наслідки. Розглянуто можливі сценарії економічного впливу від кризи COVID-19 в залежності від медичних заходів та економічної політики. Очевидно, 2020 рік можна вважати початком світової фінансово-економічної кризи. Результати прогнозування захворюваності на COVID-19 в Україні вказують на збільшення кількості інфікованих. Прогноз повинен періодично переглядатися з урахуванням нових факторів впливу. Його нестабільність пов'язана із рівнем дотримання карантинних заходів та соціальною активністю населення. Відповідно до розглянутих прогнозів, перспективою подальших досліджень може бути розробка комплексу заходів дій уряду щодо виходу економіки країни із кризового стану.

Література:

1. Safeguarding our lives and our livelihoods: The imperative of our time [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/safeguarding-our-lives-and-our-livelihoods-the-imperative-of-our-time.
2. Coronavirus Source Data [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://ourworldindata.org/coronavirus-source-data

Солопенко О. С.
«Економічна кібернетика», 5 курс,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри економіко-математичного моделювання Мірошниченко І. В.

МОДЕЛЮВАННЯ КРЕДИТНОГО СКОРИНГУ З ВИКОРИСТАННЯМ МОВИ R

Стрімкий розвиток сучасних технологій та збільшення інформаційних потоків, змушує банки адаптовуватись до нових умов та тенденцій ринку. Банки переходять від традиційного андеррайтингу на основі інтерв'ю до застосування моделей, орієнтованих на дані, для оцінки кредитного ризику. Саме тому питання кредитного скорингу, як методу оцінки кредитного ризику, у наш час, набуває своєї актуальності [1, с. 403].

Кредитний скоринг — один із методів, що використовуються для оцінки ризику, пов'язаного з ймовірністю неповернення позики. Він ґрунтується на підрахунку балу позичальника за даними, поданими у заяві на позику та отриманих з інших джерел. Чим подібніший профіль позичальника до профілів тих, хто повертає свої позики вчасно, тим вищий рейтинг, який він отримає [2, с. 249].

Застосування бальних моделей у кредитних процесах має численні переваги: коротший час обробки заявок, що також призводить до зниження витрат; об'єктивна оцінка кредитного ризику; підвищення продуктивності працівників; покращення прогнозів та кредитних стратегій [3].

Для побудови скорингових моделей застосовуються різні класифікаційні методи, зокрема: статистичні методи, що ґрунтуються на дискримінантному аналізі, лінійне програмування, нейронні мережі, генетичні алгоритми, метод найближчих сусідів та ін.Найбільш поширений метод та той, що використовується при розробці скорингової карти в цій роботі — логістична регресія. Оцінка лежить в діапазоні [0,1] і може бути проінтерпретована як вірогідність негативного події [4, с. 41].

Методам аналізу кредитного ризику, його оцінювання та моделювання присвячена велика кількість публікацій. В Україні проблематикою кредитних ризиків, їх оцінюванням та моделюванням займались В.В. Вітлінський, Т.С. Клебанова, О. А. Мовчанюк, Н.І. Костіна, Н. Г. Волик тощо.

За кордоном найбільш відомими вченими, що займались дослідженням у сфері кредитного ризик-менеджменту (у тому числі скоринговими підходами), є Р. Андерсон, Н. Сіддікі, Л. Томас, Дж. Крук, Д. Елдман, Л.Ейнаута інші.

Дана робота направлена на дослідження кредитних шахраїв, тому була здійснена побудова фродової моделі — направленої на виявлення взаємозв'язку між даними позичальника та його можливістю бути шахраєм.

Вибір предикторів був обумовлений наявними даними, такими яктехнічні дані про заявку, дані про партнера, аплікаційні дані позичальника, дані про обраний продукт та дані з зовнішніх сервісів.

Перед початком побудови моделі були очищені дані. В даній моделі це зроблено шляхом зміни значень або вилучення запису. Після обробки даних, їх було завантажено до RStudio — програмного комплексу, який за допомогою мови R дає змогу з легкістю побудувати модель на великому об'ємі даних.

Одна зі стратегій валідації моделі — формування випадковим чином двох вибірок: навчальної і тестової, у пропорціях приблизно 75 і 25 % відповідно від вихідних даних для побудови моделі. Окрім цього розбиттятакож була використана окрема тестова вибірка — вибірка поза часом, яка дозволяє оцінити прогнозну здатність моделі [5, с. 25].

Було розраховано предиктивну силу для кожного атрибута за допомогою функції informational value. Найбільш впливовими на цільову змінну виявилися досвід роботи та сімейний статус. Після аналізу результатів було перегруповано характеристики зважаючи на бізнес-логіку процесу кредитування.

Далі досліджено кореляцію предикторів між собою, для коректнішого відображення впливу кожного з критеріїв на цільову характеристику. Результатом кореляціного аналізу є видалення деяких предикторів. З обраних предикторів найсильнішу кореляцію мають сума кредиту та номер точки, з якої надійшла заявка, проте кореляція визначена як не критична.

Після цих дій починаємо саме створення моделі на основі логістичної регресії. Результатом є конкретні бали для окремих значень предикторів та загальний бал для кожної заявки. Для аналізу класифікаційної здатності скорингової моделі можна використати криву Колмогорова-Смирнова (KS), ROC-криву (рис. 1).

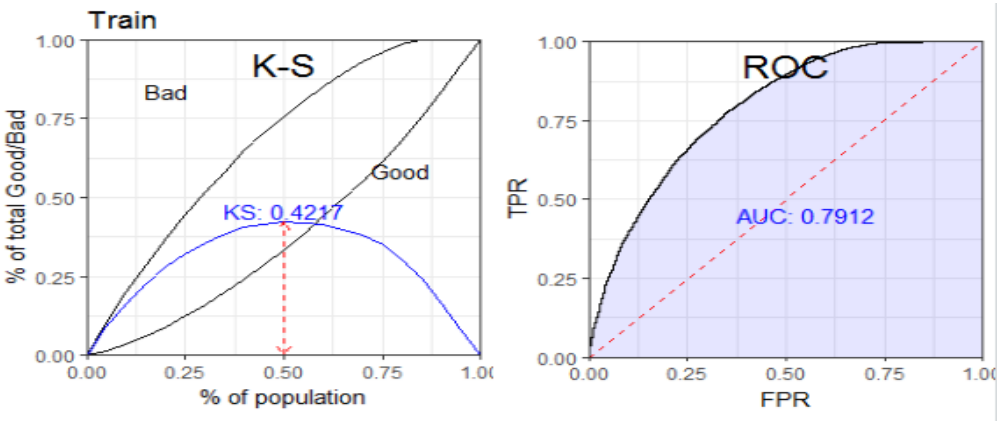


Рис. 1

Як бачимо, побудована модель не є ідеальною, проте має здатність розподіляти позичальників. Наприклад, якщо ми вирішемо не видавати кредит 25% всіх позичальників, ми можемо втратити лише 12 % надійних позичальників і майже 40% потенційних шахраїв. Хороша модель повинна давати схожі показники, отримані на обох вибірках, — це ознака того, що на практиці модель буде більш стабільною і даватиме коректні прогнози.

Ідеальна модель розподіляє хороших та поганих позичальників по дві різні сторони і вони не пересікаються, проте на практиці це не можливо. Розглянувши розподіл загальних балів позичальників на кривій Гауса (рис. 2), ми бачимо, що модель добре виділяє надійних позичальників, проте не дає можливості чітко відокремити потенційних шахраїв.

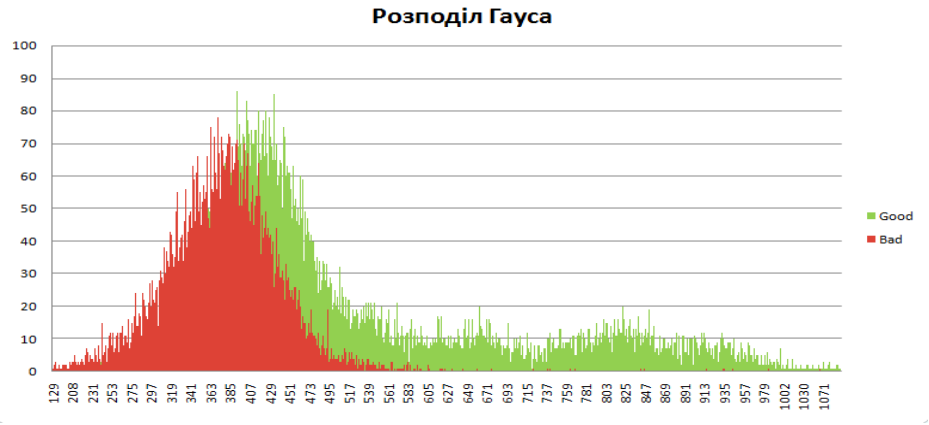


Рис. 2

Отже, в результат моделювання кредитного скорингу з використанням мови R отримано скоринговy карту, яку можна включати в автоматичний процес прийняття рішень щодо видачі кредитів.

В даній задачі можемо встановити пороговий бал відмови позичальникам, які отримали менше 297 балів, та балу для затвердження без перевірки вище 517. Відповідно, з 297 до 517 балів виникне сіра зона, яку потрібно буде перевіряти додатково та поступово вносити зміни в модель.

Література:

1. Мовчанюк О. А. Кредитний скоринг як метод оцінки кредитного ризику / О. А. Мовчанюк // Формування ринкової економіки — Київ : КНЕУ, 2008. — Вип. 20. — С. 402–413.

2. Einav L. The impact of credit scoring on consumer lending / L. Einav, M. Jenkins, J. Levin. // RAND Journal of Economics. — Vol. 44, No. 2, Summer — 2013. — С. 249–274.

3. What is credit scoring? About types, model and method. [Електронний ресурс] // Comarch | Financial Services, Banking. — 25.11.2019 — Режим доступу до ресурсу: https://www.comarch.com/finance/articles/what-is-credit-scoring-about-types-model-and-method/.

4. Волик Н. Г. Скоринг як експертний метод оцінювання кредитного ризику комерційного банку при споживчому кредитуванні/ Н. Г. Волкова // Вісник Запорізького національного університету — № 1 (3). — 2008. — С. 40–44.

5. Бакун С.А. Методика побудови скорингових карт із використанням платформи SAS / С.А. Бакун, П.І. Бідюк // Наукові вісті НТУУ «КПІ». — № 2. — 2016. — С. 23–32.

Вітковська І. О.
«Економічна кібернетика», 5 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — д.е.н., професор кафедри економіко-математичного моделювання Піскунова О. В.

АНАЛІЗ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ

Своєчасна і адекватна оцінка фінансової стійкості страховиків сприяє не лише захисту споживачів страхових послуг, а й дозволяє менеджменту вживати необхідних заходів для уникнення негативних фінансових наслідків можливого краху компаній.

Визначення проблеми. Специфіка страхового ринку вимагає підвищеної уваги до здатності страхових компаній виконувати взяті зобов'язання та до ефективності функціонування страхового ринку загалом, який, як відомо, виступає індикатором загальної економічної си-

туації в країні. Ринок страхових послуг України не відповідає тенденціям світових страхових ринків, що зумовлює його відставання від світової фінансової системи. Тому в сучасних умовах розвитку економіки особливо важливим є питання дотримання надійності та фінансової стійкості страховиків задля уникнення кризових ситуацій в майбутньому.

Метою є розробка за допомогою методів багатовимірного статистичного аналізу моделей класифікації страхових компаній України за рівнем їх стійкості та фінансової надійності.

Актуальність результатів проектного дослідження. Суб'єкти господарювання мають будувати надійну систему попередження наслідків негативних чинників. За таких умов зростає роль страхового ринку, належне функціонування якого вимагає наявності фінансово стійких гравців на ньому. Саме тому, необхідні адекватні методичні підходи до оцінювання фінансової стійкості страховика, які б відображали максимально об'єктивний стан речей в компанії.

Методи дослідження. Для реалізації поставленої мети застосовані методи багатовимірного статистичного аналізу. Факторний аналіз дозволив перейти від опису множини досліджуваних об'єктів, заданого великим набором безпосередньо вимірюваних ознак, до їх опису меншим числом змінних (факторів), що відображають властивості явища. Класифікацію об'єктів з урахуванням факторних ознак здійснено ітераційним методом k-середніх (кластерний аналіз). Дискримінантний аналіз застосовано для опису відмінностей між класами та класифікації нових об'єктів. Логістична регресія є іншим методом побудови лінійного класифікатора, який дозволяє оцінювати апостеріорні ймовірності належності об'єктів до класів.

Огляд фахової літератури. Теоретичні основи дослідження фінансової вразливості та стійкості страхових компаній доволі широко висвітлено у працях Н. Ткаченко, Т. Гайовик, Л. Шаблистої. Українською науковою спільнотою чимало праць присвячено порівнянню вже наявних зарубіжних моделей прогнозування банкрутства (Е. Альтман, Дж. Оглсон, Р. Тафлер та ін.) та спробам застосування їх в українських реаліях (Г. Островська та О. Квасовський).

Західні вчені при розробці моделей оцінки стійкості страхових компаній до банкрутства спираються здебільшого на дискримінантний аналіз та застосування логістичної регресії (С. Дайкінетал, Т. Пентікаінен, Г. Іссевероглу). Враховуючи, що ці моделі розроблялися під впливом економічних умов інших країн, більшість з них все ж таки недоцільно застосовувати до українського страхового ринку.

Розультати дослідження. Відбір інформації здійснювався на основі контент-аналізу інформації сайту forinsurer.com, де розміщені дані по найбільших страхових компаніях України. Ці дані були підготовлені УНИИ «Права и экономических исследований» (журнал «Insurance Top»). Для оцінки фінансової стійкості було використано 50 компаній, з яких в якості навчальної вибірки було обрано 42 страхові компанії, контрольної — 8.

Дослідження здійснювалося у програмі «Statistica 13». Перед застосуванням дискримінантного налазу було здійснено дослідження методами розпізнавання без навчання, зокрема факторного та кластерного аналізу. На початку було виокремлено за допомогою методу головних компонент факторні ознаки, які в брали участь в подальшому кластерному аналізу. Для навчання необхідно використовувати об'єкти (вибірки, що навчають), заздалегідь класифіковані тим чи іншим способом, наприклад методом k-середніх, який гарантовано будує кластери, що не перетинаються.

Тому було здійснено розподіл генеральної сукупності за методом k-середніх на такі класи: «стійкий рівень фінансової надійності», «граничний/задовільний рівень фінансової надійності» та «незадовільний рівень фінансової надійності» (рис. 1). До фінансово стійких (кластер 1) увійшли компанії, такі як ARX, PZU УКРАИНА, ИНГО УКРАИНА, а до нестійких (кластер 3) — ALLIANZ УКРАИНА, UTICO тощо.

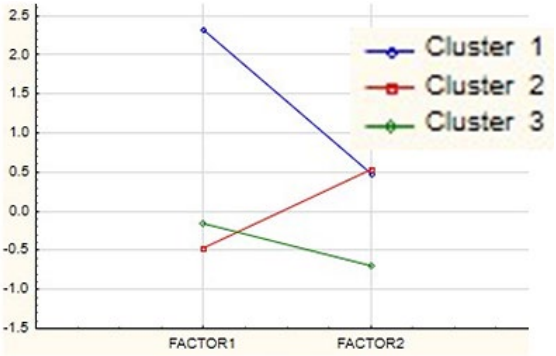


Рис. 1. Розподіл компаній за трьома кластерами за методом k-середніх

Використання дискримінантного аналізу проведено з двійковими значеннями залежної змінної «Фінансова стійкість» (які набувають значення «0» для стійких та «1» для нестійкості) та 10 незалежними змінними (за 12 місяців 2019 року).

На основі даних по двох кластерах, які охопили 23 компанії, запропоновано систему класифікаційних дискримінантних функцій для фінансово стійких та нестійких компаній відповідно:

$$f_1 = -175{,}967 - 0{,}0001x_1 + 0{,}0003x_2 + 1{,}78x_3 - 4{,}5144x_4 + 2{,}2956x_5 + 0{,}0002x_6 + \\ + 6{,}024x_7 + 0{,}0001x_8 - 5{,}06x_9 + 0{,}0001x_{10},$$

$$f_0 = -42{,}981 + 3{,}871x_1 + 3{,}6412x_2 + 1{,}5802x_3 + 1{,}2334x_4 + 1{,}5209x_5 + 9{,}0274x_6 + \\ - 6{,}2012x_7 - 5{,}64x_8 - 0{,}0003x_9 + 2{,}2169x_{10},$$

де x_1 — валові страхові премії; x_2 — пряме страхування; x_3 — рівень виплат; x_4 — розмір страхових резервів; x_5 — розмір активів; x_6 — власний капітал; x_7 — розмір гарантійного фонду; x_8 — нерозподілений прибуток; x_9 — розмір страхових виплат; x_{10} — чисті премії. Знак коефіцієнтів характеризує напрямок впливу фактора на залежну змінну.

Отримані моделі придатні для класифікації нових об'єктів, оскільки мають відмінний рівень значення статистики лямбда Уїлкса (0,028) та високий відсоток вірно класифікованих випадків (100 %). Тобто прогнозна якісь отриманої моделі є високою.

Результати класифікації контрольної вибірки показали, що із 8 компаній, тільки одну можна віднести з імовірністю 0,79167 до класу фінансово стійких страхових компаній, нею виявилася УНИКА.

Висновки і пропозиції. Таким чином, побудовані моделі дозволяють класифікувати компанії на потенційних банкрутів і фінансово стійких, проте логістична регресія дозволяє робити більш деталізовані висновки, адже не лише класифікує компанії, а й вказує числовий вираз ймовірності для кожної з них потрапити в ту чи іншу групу. Можна зробити висновок, що проведений аналіз дозволив чітко віднести компанії до класів. Відповідно до запропонованого підходу визначено коефіцієнти вагомості різних типів показників діяльності страхових компаній для подальшого моніторингу успішної реалізації їх місії та стратегічних цілей.

Для досягнення кращої прогнозної якості моделі необхідно звертати увагу на дотримання вимог, які висуває кожен з методів. Використання даних моделей необхідно доповнювати дослідженням іншими методами, наприклад деревами класифікації. На мою думку, оцінка фінансової стійкості повинна включати також і якісну оцінку характеристик його діяльності. Також необхідно, щоб інформація про діяльність страхових компаній була доступною, що уможливить використання ще більшої кількості методів.

Література:

1. Литвин, А. В. Побудова моделей прогнозування банкрутства страхових компаній України в післякризовий період / Антон Валерійович Литвин // Економічний аналіз : зб. наук. праць. — Тернопіль. — 2013. — Том 14. — № 1. — С. 282–300.
2. Яровий А. Т., Страхов Є. М. Багатовимірний статистичний аналіз : начально-методичний посібник для студентів математичних та економічних фахів. — Одеса: Астропринт, 2015. — 132 с.
3. Балицька М. В. Роль фінансової стійкості страхових компаній у забезпеченні фінансової стабільності економіки України / Балицька М. В. // Економіка та держава. — Київ. — 2016. — № 9. — 89 с.
4. Олійник В.М. Поняття фінансової стійкості страхової компанії та елементів впливу на неї / В.М. Олійник, Є.К. Бондаренко // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. — 2014. — Вип. 39. — 154 с.
5. Добош Н. Оцінка фінансової стійкості страховика / Добош Н.// Формування ринкової економіки в Україні. — 2009. — Вип. 19. — 208 с.
6. https://forinsurer.com/ratings/nonlife

Кахелі К. З.
«Економічна кібернетика», 5 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри економіко-математичного моделювання Кравченко Т. В.

ЗАСТОСУВАННЯ КОГОРТНОГО АНАЛІЗУ ДЛЯ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМИ

Постановка проблеми. Сучасна інформаційна економіка в умовах стрімкого зростання користувачів Інтернету висуває нові вимоги до організацій в області формування маркетингових комунікацій із споживачами. Розвиток інтернет-технологій, що дозволяють персоналізувати комунікації і здійснювати їх кастомізацію, обумовлює необхідність застосування цифрової комунікації.

Актуальність. У сучасному світі постає необхідність розробки ефективної системи просування та реалізації продукту з використанням Інтернет-технологій, що дозволило б покращити просування продукту як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках та зробити інвестиції в просування продукту також ефективними [6]. Огляд публікацій в галузі міжнародної та української практики управління результатами цифрових і традиційних маркетингових комунікацій вказує на наявність ряду схожих проблем аналізу результативності та ефективності застосовуваного інструментарію: необхідність кількісного обґрунтування маркетингових бюджетів; слабке використання управлінських і фінансових методик з формалізованим алгоритмом аналізу; відсутність вимірників оцінки ефективності маркетингових витрат, що мають стратегічні наслідки або результати яких нематеріальні; відсутність зв'язку показників комунікацій з фінансовими результатами компанії [5].

Мета дослідження. Формування методики оцінки ефективності використання Інтернет-технологій, зокрема застосування інтернет-реклами для просування мобільного додатку із використанням когортного аналізу.

Методи дослідження. У практичній діяльності оцінка ефективності цифрових комунікацій проводиться за допомогою кількісних методів, так як програмне забезпечення дозволяє відстежити кількісні дані щодо переходу по посиланнях, числа відвідувань і т. д., що не завжди відображає дійсний стан справ і потребує якісної інтерпретації поведінки споживачів. Одним із найбільш ефективних інструментів продуктової аналітики є когортний аналіз [6].

Суть когортного аналізу полягає в тому, що необхідно поділити споживачів на групи за деякими ознаками і спостерігати, як змінюється поведінка цих груп із плином часу. Це допомагає зрозуміти, як маркетингові зусилля впливають на ключові показники ефективності: LTV, ROI Retention Rate, CAC, конверсії тощо [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми теорії і практики використання інструментів Інтернет-технологій діяльності підприємств, і зокрема при просуванні продукції та послуг досліджувалися наступними закордонними і вітчизняними авторами: Голубковим Є., Гречковим В., Бушуєвою Л., Вудом Р., Дейнекіним Т., Джаворським Б., Дунканом Д., Клейндлом Б., Конопляніковою М., Котлером Ф., Курасовою М., Дейтелом Т., Маковейчук К., Меджибовською Н., Самойленко Л., Стейнбахлером К., Страуссом Д., Феленштейном К., Юрчук Г., Ткаченко Н. та іншими. Методичні та практичні аспекти використання Інтернет-технологій в маркетинговій діяльності розглядалися наступними авторами: Болгариним А., Грінспеном Р., Дуровичем А., Кабушкіним М., Мартовим А., Мельниченко С., Сергеєвою Т., Туватовою Т. та іншими.

Однак питання адаптації постулатів традиційного маркетингу та розвитку теоретико-методичних засад використання Інтернет-технологій при просуванні продуктів та оцінки ефективності їх використання не можна вважати повністю вирішеними.

Результати дослідження. Більшість інтернет-проектів працюють із когортними метриками для підрахунку рентабельності: LTV (Lifetime Value) — це прибуток, який приносить вам клієнт за весь час роботи з ним. Модель прогнозу може мати різні рівні точності, що варіюються від приблизних, евристичних, до складних, що використовують техніки предикативного аналізу [2]; CAC (Customer acquisition cost) — це вартість виграшу клієнта в придбанні товару / послуги. Як важлива економічна одиниця, витрати на придбання клієнтів часто пов'язані з цінністю життя клієнта [4].

«Золотим правилом» в аналізі оцінки ефективності реклами вважають:

$$LTV > CAC\,, \tag{1}$$

Для оцінки використовують формулу:

$$ROI = (LTV - CAC)/CAC, \tag{2}$$

де *ROI*, також відомий як *ROR* — фінансовий коефіцієнт, який ілюструє рівень прибутковості або збитковості бізнесу, враховуючи суму зроблених в цей бізнес інвестицій [3].

В нашому випадку досліджується Інтернет-реклами мобільного додатку для вивчення англійської мови.

Одним із найбільш дієвих методів Інтернет-просування є купівля реклами у блогерів-інфлюенсерів. Для проведення когортного аналізу ефективності інвестицій у рекламу мобільного додатку було отримано дані щодо запуску інтернет-реклами за останні 6 місяців та зведено їх у 3 когорти, що наведено у таблиці 1.

Таблиця 1

ПРОВЕДЕННЯ АНАЛІЗУ КОГОРТ

Когорта	Розмір когорти	Придбали 1 курс	Придбали 2 курси	CAC (1 клієнт)	LTV (4 місяці)	LTV (4 місяці)	ROI
01.07-31.08	14502	80,04%	94%	35,44	2000	20010785	55,42
01.08-30.09	10351	77,78%	92%	43,37	2000	14478815	45,1
01.09-31.10	19348	74,08%	87%	26,5	2000	26460160	74,45

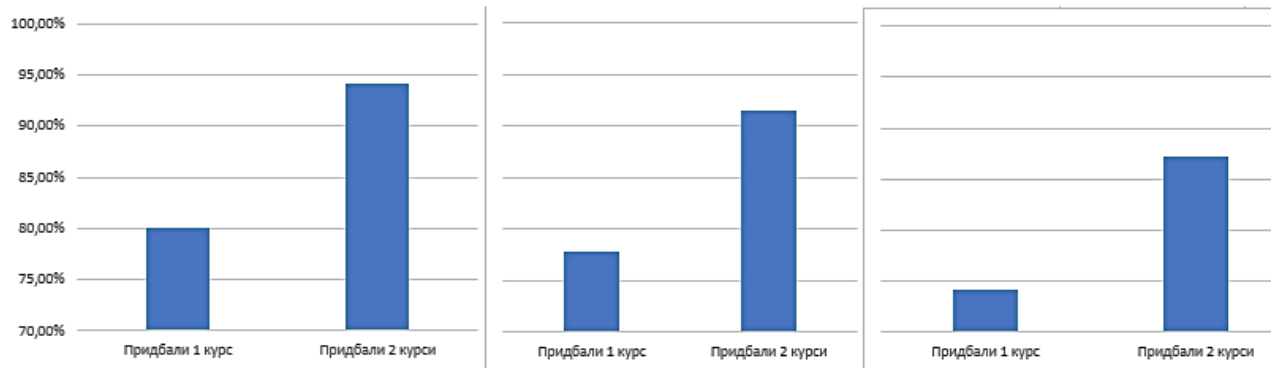


Рис. 1. Порівняння когорт за відсотком утримання клієнтів на продукті

Результати когортного аналізу ефективності проведеної рекламної кампанії мобільного додатку:

- В перший тиждень після запуску реклами додатку у 7 блогерів-інфлюенсерів ми отримали 14502 реєстрацій у нашому додатку, проте не отримали доходів. Через тиждень 80,04 % придбали 1 курс із англійської мови і стали учасниками лояльної програми. Через 2 місяці нам вдалося утримати 94% клієнтів, які після першої покупки придбали 2 курс. Таким чином ми отримали показник ефективності *ROI* у 55,42 %. *CAC* у нашому випадку становив 35,44 грн за реєстрацію у додатку.
- Через місяць додаток було розширено, і додали нові функції. Після запуску другої хвилі реклами у інфлюенсерів із більш релевантною ЦА, проте більшою вартістю реклами, було отримано 10351 реєстрацій. Придбали 1 курс 77,78 % та на другий курс залишилось 92 %, показники є значно меншими, порівняно із першою хвилею реклами.
- Третя хвиля запуску додатку виявилась найбільш ефективною, за рахунок відбору інфлюенсерів із найбільш релевантною ЦА. *CAC* становив 26,5, а показник *ROI* — 74,47.

Висновки і пропозиції. Таким чином, показано основні тенденції розвитку комунікацій і у формуванні маркетингових кампаній відзначено перехід від стратегій, організованих на традиційних комунікаціях до заснованих на цифровій комунікації. Також виділено існуючі переваги в кількісному вимірі результативності інтернет-комунікацій за допомогою сучасних

технологій. Описана класифікація показників ефективності та результативності інтернет-реклами в залежності від стадії процесу прийняття рішення про покупку споживачем.

В результаті проведених досліджень щодо оцінки ефективності використання інтернет-реклами для просування мобільного додатку для вивчення англійської мови запропоновано методику використання когортного аналізу, яка дозволяє максимально точно оцінити основні складові витрат при роботі компанії в Інтернеті та потенційних доходів з використанням сучасних інструментів Інтернет-маркетингу. Таким чином, запропонований метод дозволить проводити якісний аналіз ефективності просування продукту засобами Інтернету, визначати вузькі місця в ньому і удосконалювати діяльність компанії в даному напрямку.

Література:

1. Конверсія в інтернет-маркетингу [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: http://iji.com.ua/old/index.php?lang=ua&id=95.
2. Концепция комплексного экономического анализа маркетинговой деятельности компании / В. П. Семенов, А. Г. Будрин, А. В. Солдатова, М. М. Зонис // Дискурс. 2016. № 2. С. 57–67.
3. Factor analysis of the results of digital technology applications in the company's marketing activities / V. P. Semenov, E. V. Budrina, I. K. Soldatov et al. // Proceed. of the 20th IEEE International Conference on Soft Computing and Measurements, SCM 2017–2017. P. 879–883.
4. Three-click rule — [Електронний ресурс]. — Режим доступу до ресурсу: https://en.wikipedia.org/wiki/Three-click_rule.
5. Measuring marketing productivity: Current knowledge and future directions / T. Rust, T. Ambler, G. Carpenter, at. al. // J. of Marketing. 2004. № 68 (4). P. 76–89.
6. М. Бергер. Зачем бизнесу нужен когортный анализ — [Електроний ресурс]. — Режим доступу до ресурсу: https://ppc.world/articles/zachem-biznesu-nuzhen-kogortnyy-analiz/

Васьківська Н. О.
«Економічна кібернетика», 5 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — д.е.н., професор кафедри економіко-математичного моделювання Піскунова О. В.

ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ НА ПІДҐРУНТІ РОЗШИРЕНОЇ МОДЕЛІ СОЛОУ

В роботі розглянуто концепцію економічного зростання Роберта Солоу для країн, що розвиваються, задля формулювання розуміння чи дійсна ця концепція для валового регіонального продукту України.

Актуальність обраної теми обумовлена критичною необхідністю знаходження працюючих моделей для моделювання економіки України, прогнозування її розвитку, вибору вірного шляху, щоб регіони країни могли розвиватись навіть в сучасних складних умовах. Також ця робота є спробою допомогти економістам в сенсі прийняття належних рішень, тобто відкинути ті моделі, що виявились неефективними та зосередитись на адекватній моделі, яка може принести кращий результат.

Мета роботи полягає у визначенні на основі статистичних даних за регіонами України факторів, які впливають на валовий регіональний продукт (далі — ВРП), за допомогою класичної та розширеної моделі Солоу.

Розглянуте питання потребує уваги з боку наукового загалу для відтворення реальної картини шляхом математичного моделювання, як єдиного дієвого засобу досягнення мети. Дослідження було здійснено з використанням Microsoft Excel для збору, перетворення та обрахунку вихідних даних та ППП STATISTICA для швидкої побудови та аналізу економетричної моделі.

Інформаційна база представлена теоретичними моделями та розробками як закордонних [1], так і вітчизняних вчених [2, с. 49–74], статистичними матеріалами [3] та [4], які представляють основні теоретичні відомості та результати оцінки класичної та розширеної моделі Солоу рівня ВВП для країн, що розвиваються.

Робота виконується на основі статистичних даних по 25 регіонах (24 області та м. Київ), щодо яких доступна інформація за досліджуваний період з 2012 по 2018 роки.

Розглядаємо класичну модель Солоу від регресійного рівняння (1) до моделі (2):

$$\ln(GRP18) = a + \frac{\alpha}{1-\alpha} \cdot \ln(i) - \frac{\alpha}{1-\alpha} \cdot \ln(n+g+\delta), \quad (1)$$

де *GRP18* — ВРП у розрахунку на одну особу у 2018 році, і — середня частка капітальних інвестицій у загальному обсязі ВРП з 2012 по 2018 рр. (у відсотках), *n* — середній темп зростання населення у працездатному віці (15 — 64 роки) за період з 2012 по 2018 рр. (у відсотках) [3], δ — амортизація капіталу та *g* — науково-технічний прогрес приймаємо у сумі разом на рівні 5 % [2, с. 59].

Класична модель Солоу матиме вигляд:

$$y = k^{a} = k^{0,44}, \quad (2)$$

де $y = GRP18$, а *k* — капітал на одиницю ефективної праці, α — частка капіталу у доході.

Проте, як бачимо на рис. 1, отримуємо непрацюючу модель.

Regression Summary for Dependent Variable: LN_GRP18 (Spreadsheet1.sta)
R= ,36359843 R?= ,13220382 Adjusted R?= ,05331326
F(2,22)=1,6758 p<,21018 Std.Error of estimate: ,49553

N=25	b*	Std.Err. of b*	b	Std.Err. of b	t(22)	p-value
Intercept			8,680647	1,393396	6,229849	0,000003
LN_i	0,331354	0,286781	0,816719	0,706856	1,155426	0,260311
LN(n+?+g)	0,043004	0,286781	0,203472	1,356888	0,149955	0,882167

Рис. 1. Результати оцінювання множинної регресії для класичної моделі Солоу

Розглядаємо регресійне рівняння для отримання розширеної моделі Солоу:

$$\ln(GRP18) = a + \frac{\alpha}{1-\alpha-\beta} \cdot \ln(i) + \frac{\beta}{1-\alpha-\beta} \cdot \ln(h) - \frac{\alpha+\beta}{1-\alpha-\beta} \cdot \ln(n+g+\delta), \quad (3)$$

де додається *h* — людський капітал.

У роботі [1] у якості людського капіталу розглядали частку населення, що навчається в середній школі (12–17 років), помножену на частку працездатного населення шкільного віку (15–19 років).

Оскільки в сучасних умовах існування регіонів України цей показник не може повною мірою характеризувати розвиток людського капіталу, нами було запропоновано використовувати показник кількість студентів, тобто частку населення, що навчається у вищих навчальних закладах (stud).

Як видно з рис. 2, модель працює.

Regression Summary for Dependent Variable: LN_GRP18 (Spreadsheet1.sta)
R= ,73446759 R?= ,53944264 Adjusted R?= ,47364873
F(3,21)=8,1990 p<,00084 Std.Error of estimate: ,36949

N=25	b*	Std.Err. of b*	b	Std.Err. of b	t(21)	p-value
Intercept			9,47281	1,055123	8,97792	0,000000
LN_I	0,514461	0,218019	1,26804	0,537372	2,35970	0,028047
LN_STUD	0,704756	0,163548	0,63580	0,147545	4,30916	0,000310
LN_n+?+g	-0,359937	0,233389	-1,70302	1,104268	-1,54222	0,137956

Рис. 2. Результати оцінювання множинної регресії для розширеної моделі Солоу

Отримуємо розширену модель Солоу, де значення параметрів розглядаються на одиницю ефективної праці:

$$y = k^{a} h^{\beta} = k^{0,45} h^{0,21}, \quad (4)$$

де $y = GRP18$, а k — фізичний капітал на одиницю ефективної праці, h — людський капітал на одиницю ефективної праці, α та β — відповідно частки фізичного і людського капіталу у доході.

Також бачимо на рис. 2, що для даної моделі отримано коефіцієнт детермінації R^2=0,5394, тобто зміни факторів, що розглянуто в моделі, лише на 53,94 % пояснюють зміни залежної змінної lnGRP на одну особу у 2018 році, а решта 46,06% зумовлена чинниками, що не враховані в моделі.

Значення $F_p = 8{,}199$ при $F_{табл} = 3{,}07$, отже отримана математична модель адекватна фактичним даним та статистично значима з надійністю 99,92%.

Значення t для оцінок параметрів регресії для двох з трьох параметрів складають $t_{\ln(i)} = 2{,}36$, $t_{\ln(stud)} = 4{,}31$ та рівень P-value для параметрів не перевищує 0,05, тобто параметри моделі є статистично значимими. Лише при $t_{\ln(n+g+\delta)} = -1{,}54$ отримуємо статистично незначимий результат (P-value > 0,05).

Виходячи з отриманих результатів, можемо сказати, що використання розширеної моделі Солоу для прогнозування рівня валового регіонального продукту України є доцільним, проте потрібно продовжувати роботу над покращенням якості отриманих результатів для подальшого використання. Можемо запропонувати економістам полишити спроби моделювання розвитку економіки регіонів України за класичною моделлю Солоу та рухатись далі в пошуках працюючих моделей, починаючи з розширеної моделі Солоу.

Література:

1. *Mankiw G., Romer D., Weil D.* A Contribution to the Empirics of Economic Growth. — The Quarterly Journal of Economics, Vol. 107, No. 2. (May, 1992), pp. 407–437.
2. Математичні моделі та методи ринкової економіки: навч. посіб. / В.В. Вітлінський, О.В. Піскунова. — К.: КНЕУ, 2010. — 531, [5] с.
3. Сайт Державної служби статистики України. [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: www.ukrstat.gov.ua.
4. Статистичний атлас України 2018. [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: http://database.ukrcensus.gov.ua/dw_regions/index.asp

Дворковий І. В., Варварич Б. В.
«Комп'ютерні науки», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри інформаційних систем в економіці Лозовик Ю. М.

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ГАЛУЗІ СТВОРЕННЯ FRONTEND AND BACKEND

Вступ. Фронтенд (англ. Frontend) — клієнтська сторона призначеного для користувача інтерфейсу до програмно-апаратної частини сервісу. ... backend) — програмно-апаратна частина сервісу. Фронт і бекенд — це варіант архітектури програмного забезпечення.

Актуальність. Давно залишилися в минулому часи, коли світ інтернету був простий і зрозумілий, а сайти були наборами статичних сторінок з табличній розміткою. Веб-розробка пройшла швидкий, яскравий і насичений шлях розвитку. З'явилися нові мови, техніки, технології та парадигми. Сьогодні це один з найперспективніших і високооплачуваних IT-напрямків.

Складна і багаторівнева структура сучасних веб-додатків вимагає ієрархічного поділу процесу їх розробки. Історично цей процес поділяється на дві частини: front-end (клієнтська) і back-end (серверна). Тому пізнання сучасних технологій в цих сферах є досить важливим

Методи дослідження. Ми оглянули весь інтернет і знайшли дуже багато речей про які потрібно розказати, які пришвидшують процес роботи і зменшують потік інформації

Результати дослідження. Фронтенд — це все, що браузер може читати, виводити на екран або запускати. Тобто це HTML, CSS і JavaScript.

Сучасні інструменти для Front End розробки.

Розробники веб-сторінок Front End'а несуть відповідальність за те, щоб сторінка повністю повторювала макет дизайнера і однаково відображалася у всіх браузерах.

– HTML (HyperText Markup Language) говорить браузеру, який зміст сторінки, наприклад, «заголовок», «параграф», «список», «елемент списку».

– HTML препроцесори можуть врятувати вас від багаторазового повторення однакових рядків коду, закриття тегів.

– CSS (Cascading Style Sheets) говорить браузеру, як відображати елементи, наприклад, «після першого параграфа відступ в 20 пікселів» або «весь текст в елементі body повинен бути темно-сірим і написаний шрифтом Verdana».

– CSS препроцесор (від англ. CSS preprocessor) — це надбудова над CSS, яка додає раніше недоступні можливості для CSS, за допомогою нових синтаксичних конструкцій.

– JavaScript говорить браузеру, як реагувати на деякі взаємодії, використовуючи легку мову програмування.

– React (більше 110 тисяч зірок на GitHub) — це ефективна і гнучка декларативна бібліотека JavaScript для збірки UI від команди Facebook. Вона дозволяє без зусиль створювати інтерактивний користувальницький інтерфейс.

Backend- те, що працює на сервері, тобто, логіка, яка відповідає на запити, які посилаються від клієнта до сервера. Сервер так само відповідає за те, які дані зберегти / видалити / змінити в базі даних.

Сучасні інструменти для Back End розробки.

– Express позиціонується як мінімалістичний, швидкий і дуже гнучкий фреймворк. Він надає всі необхідні можливості, при цьому активно використовуючи всі переваги і потужність Node.js. Підтримує REST API.

– Ще один популярний серед IT-лідерів (Google, YouTube, Instagram) фреймворк для веброзробки, на цей раз на Python. Django має Model-View-Template-структуру і слід кращим принципам проектування: DRY і Угода по конфігурації.

– Rails- Інструмент лояльний до новачків і має невисокий початковий поріг входження. Однак за сценою там чимало магії, варто зробити кілька перших кроків, і доведеться дертися на круту гору. Ще один недолік — складний процес розгортання і запуску на продакшені.

– Laravel — MVC-фреймворк для самого поширеного мови інтернету — PHP. Laravel досить молодий, але вже досить популярний.

– Spring — «стратегічно важливий фреймворк», професійний, досить гнучкий і дуже надійний.

Висновки. Взаємодія frontend — і backend-розробки схоже на злагоджену роботу людського тіла і нервової системи. Підшкірні рецептори посилають інформацію в мозок. Він обробляє отримані дані і відправляє відповідь імпульс, змушуючи тіло реагувати. Отже, Frontend відповідає за те, як виглядає продукт. Backend — за те, як цей продукт функціонує.

Література:

1. Frontend и backend: что это такое? [Електронний ресурс]. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: https://maximsoldatkin.com/chto-takoe-backend-i-frontend/.
2. Простыми словами о «фронтенде» и «бэкенде»: что это такое и как они взаимодействуют [Електронний ресурс]. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: https://tproger.ru/translations/frontend-backend-interaction./
3. CSS [Електронний ресурс]. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: https://ru.wikipedia.org/wiki/CSS.https://spring.io/
4. Тот самый PHP-фреймворк для веб-ремесленников [Електронний ресурс]. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: https://laravel.ru. /
5. React. JavaScript-библиотека для создания пользовательских интерфейсов Начать работу [Електронний ресурс]. — 2020. — Режим доступу до ресурсу: https://ru.reactjs.org./

Гаршина А. Л., Кулаківська Н.О.
«Комп'ютерні науки», 2 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри інформаційних систем в економіці Помазун О. М.

ЗАСТОСУВАННЯ ДИНАМІЧНИХ МОДЕЛЕЙ В ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМАХ

Вступ. Динамічна модель системи — сукупність співвідношень, що визначають вихід системи в залежності від входу та стану системи. Динамічна модель відтворює зміни об'єкта, які відбуваються з плином часу, або особливості функціонування об'єкта. Динамічні моделі називають також функціональними.

Динамічне моделювання використовується для опису поведінки об'єкта у будь-який довільний змінний момент часу.

Актуальність. Застосування динамічних моделей в інформаційних системах є дуже актуальною темою на даний момент, адже воно, в першу чергу, дає змогу різко скоротити обсяг і масштаби натурних експериментів.

На всіх етапах розвитку ІС існували певні принципи їх побудови, які слід було застосувати до конкретної ситуації, тобто ІС моделюють перш, ніж приступити до їх створення і використання. Якщо це орган державної влади, то потрібно продумати посадові обов'язки, розміщення і принципи оплати діяльності чиновників; якщо ІС являє собою паперовий носій інформації (енциклопедія, довідник, каталог), слід підібрати варіанти розміщення, оформлення тексту і графіки; якщо це комп'ютерна програма — знайти для її реалізації найбільш підходящі формати зберігання даних, модулі, інструменти розробки. *Таким чином, при створенні ІС завжди має місце попереднє моделювання.*

Методи дослідження. ***Модель інформаційної системи*** **—** завчасне продумування її характеристик з урахуванням можливих змін, які можуть виникнути в ході її експлуатації. Моделі ІС визначають аспекти використання, задіють набір діаграм і документації загальноприйнятого формату, відображають точку зору зацікавлених у використанні ІС осіб.

Модель інформаційної системи (ІС) представляється як сукупність динамічної та статичної моделей. Ці моделі еквівалентні поняттями архітектури та поведінки ІС. *Статичні моделі* ІС (архітектури) добре описуються діаграмами класів. *Динамічні* моделі ІС описуються в UML цілим набором діаграм: діаграми прецедентів, діяльності і т.д.

В процесі роботи над моделлю ІС поставлені завдання вирішуються за допомогою таких видів моделей:

- функціональна модель описує принципи дії обслуговується системи, її будова, зв'язки всередині неї;
- подієва модель відображає інформаційні процеси в системі: її стану і перехід з одного в інше, умови таких переходів, послідовність подій;

• візуальні моделі за допомогою графічних засобів демонструють структуру системи, послідовність відбуваються в ній процесів, відносини між використовуваними.

Наша робота стосується дослідження застосування саме динамічних (функціональних) моделей.

Динамічна модель ІС у вигляді правил. Динамічна модель ІС може бути представлена у вигляді правил, що описують зміну станів ІС. Виходячи з визначення стану ІС, динамічна модель ІС дозволяє обчислити значення спостережуваних характеристик в кожен момент часу.

Правила, що описують зміни стану ІС, є впорядковані четвірки виду (початковий стан, подія, реакція на подію, цільове стан). Ці правила зручно представляти у вигляді діаграм, де кожне стан представляється деяким колом, а правило переходу — дугою, що з'єднує початковий стан і цільовий стан. Ці діаграми відомі як *діаграми переходів станів*.

При створенні динамічної моделі ІС необхідно:

1. виділити всі значущі стану ІС.
2. визначити події, на які ці стани реагують.
3. визначити, на підставі цих подій, призначений для користувача інтерфейс кожного стану.
4. визначити реакції на події.
5. вказати правила переходу від стану до стану.

Принципи побудови динамічних моделей ІС.В даний час при моделюванні складних технічних систем розробники все частіше звертаються до методів побудови інерційних динамічних моделей, які дозволяють вирішити завдання адаптивної ідентифікації. Це особливо важливо в умовах апріорної невизначеності, характерної для інформаційної системи.

Численні аналізи інерційних динамічних моделей об'єктів управління показують, що в даний час вибір їх структури є евристичним процесом, і практично не піддається формалізації. У той же час рішення про структуру моделі досліджуваної системи має прийматися, виходячи з принципу інформаційної повноти аналізованих (використовуваних при моделюванні) даних. Особливо це важливо в умовах апріорної невизначеності, характерної для функціонування інформаційних систем.

Існує така ідея: щоб підвищити точність структурної ідентифікації системи в умовах впливу на неї різного роду перешкод, слід вести облік спостережуваної структурно-інформаційної безлічі даних

Висновки. Динамічна модель — один із таких інструментів, що стосується системної структури. Системна динаміка успадковує структурні принципи загальної теорії системи, висловлюючи твердження про основні взаємні залежності елементів у соціальних системах.

Динамічна модель постулює, що динамічні процеси в соціальних системах функціонують в петлях зворотного зв'язку і що історія систем накопичується у змінних стану. Накопичена історія впливає на подальший розвиток системи — підступ, на який часто впливають затримки в часі.

Література:

1. System dynamics modeling for information systems research: Theory development and practical application — [Електронний ресурс] — Режим доступу: [https://www.researchgate.net/publication/328943527_System_dynamics_modeling_for_information_systems_research_Theory_development_and_practical_application];

2. Модели информационных систем — [Електронний ресурс] — Режим доступу: [https://spravochnick.ru/informatika/modeli_informacionnyh_sistem/]

3. Динамические модели информационных систем — [Електронний ресурс] — Режим доступу: [https://shahmatiuga.livejournal.com/61464.html]

Савінков Н. Д.
«Комп'ютерні науки», 3 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — старший викладач кафедри інформаційних систем в економіці Волкова Н. В.

ПРОБЛЕМАТИКА ЗБІЛЬШЕННЯ ПОТУЖНОСТІ ПРОЦЕСОРІВ ДЛЯ ПЕРСОНАЛЬНИХ КОМП'ЮТЕРІВ

Перш за все необхідно зрозуміти, що таке процесор для подальшого розуміння проблематики, та теми, що була обрана.

Процесор — це «мозок» комп'ютера. Процесором називається умовний чіп, що обробляє усі команди та надає вказівки іншим компонентам наших персональних комп'ютерів.

Основним елементом процесору є транзистор, оскільки він регулює надходження струму, а отже и сигнали, що посилає процесор.

Транзистор має 2 стани котрі можна перевести у двійкову систему числення для найбільш простого використання, якщо струму немає — 0, якщо є то 1.

Розглянемо приклад застосування транзисторів для додавання чисел (рис. 1).

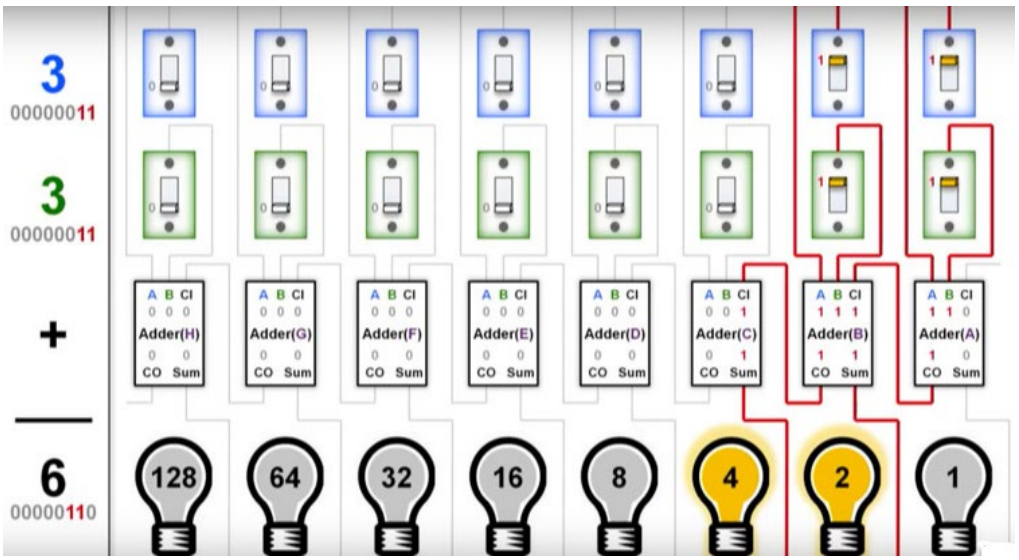


Рис. 1. Візуаалізація застосування транзисторів

Перш за все, ми бачимо запис чисел у двійковій системі. Використавши лише два транзистори ми можемо отримати логічний елемент, що буде реагувати на надходження струму та виконувати дії «і», «або», Бачимо на малюнку, що коли обидва елементи «А»та «В» мають вхідні значення «1» то й вихідне буде «1». Використовуючи такий алгоритм у 1952 році британський радіотехнік Джеффрі Дамер створив перший процесор, а саме Intel-C4004 в ному було використано дві тисячі триста транзисторів.

З того часу почалась своєрідна «гонка процесорів», кожен хто брав участь у створенні процесорів хотів створити ще кращий, шляхом збільшення кількості транзисторів, та більш щільного їх розміщення один до одного.

Закон Мура. За вікном кінець 80 років XX, один із засновників компанії «Intel» Гордон Мур сформулював так званий «Закон Мура»: *«Кожні 24 місяці кількість транзисторів, що розміщуються на кристалі інтегрованих схем збільшується вдвічі.»*

Проте вже під час створення четвертого покоління процесорів компанії «Intel» інженери зрозуміли, що все дійшли до максимуму розташування транзисторів оскільки на той час вони не мали технологій, що допомогли б їм у збільшенні кількості транзисторів. Тому як рішення почали використовувати додаткову елементи: кеш-пам'ять, податкову співпроцесори, помножувачі.

Компанія продовжувала покращувати свої процесори проте вже у 2007 році Гордон Мур виступив з промовою у якій сказав: *«Вже зовсім скоро закон Мура не буде актуальним, оскільки збільшувати кількість транзисторів до нескінченності неможливо.»*

В останні роки головні «монстри», що створюють процесори значно зменшили темпи, оскільки збільшення площі розміщення транзисторів є абсурдним, а ще більше зменшення розмірів транзисторів на разі неможливе. А матеріали для створення процесорів вже вибрані найкращі.

Література:

1. Валентин Соломенчук, «Железо ПК» 2012 рік.
2. Євгеній Рудометов «Современное железо: настольные, мобильные и встраиваемые компьютеры» 2010 рік.
3. Журнал «Мир ПК» № 01 2014 рік.
4. https://tproger.ru/explain/how-cpu-works/
5. https://ru.wikipedia.org/wiki/4004

Петренко А. І.
«Кібербезпека», 3 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.т.н., доцент кафедри комп'ютерної математики та інформаційної безпеки Четверіков І. О.

АЛГОРИТМИ ДОСЯГНЕННЯ КОНСЕНСУСУ В СФЕРІ КРИПТОВАЛЮТ

Вступ:

Поняття «криптовалюта» вже ні для кого не є чимось інноваційним та позаземним. Про неї не говорить тільки лінивий. Така популярність обумовлена багатьма перевагами, які дає цифрова валюта: стабільність, захищеність, комфортабельність, миттєві транзакції.

В основі кожної криптовалюти лежить технологія блокчейн, яка контролює механізм підтвердження цілісності і безпеки цих систем.

Дані про транзакції в криптовалютах записуються в блокчейн, після чого не можуть бути змінені. Публічні (децентралізовані) блокчейни побудовані як розподілені системи, і оскільки вони не мають центральних органів, розподілені вузли повинні узгоджувати валідацію транзакції. Саме тут вступають в силу алгоритми консенсусу.

Вони запевняють, що усі правила протоколу були дотримані, і гарантують перевірку достовірності даних.

У блокчейн-мережі не має значення, чи довіряють учасники системи один одному чи ні. Вони повинні домовитися про певні принципи роботи, які стосуватимуться всіх. І це — пряма функція механізму консенсусу.

Алгоритм консенсусу в блокчейні складається з набору певних математичних правил і функцій, які дозволяють домовитися усім учасникам і забезпечити працездатність мережі.

Сьогодні відомо багато алгоритмів досягнення консенсусу. Кожен з них має свою переваги та вразливості. Таким чином доцільним є розглянути основні найбільш популярні алгоритми консенсусу.

Методи дослідження

Механізми формування довіри в учасників ринку криптовалют (консенсус) розглядаються на основі аналізу технології блокчейн, концепції створення криптовалюти та наукового пошуку відповідних матеріалів для цілісності уявлення про механізм досягнення згоди.

Огляд фахової літератури

Сьогодні дослідженнями блокчейну займаються найбільші компанії в усьому світі, зокрема навіть організація світового рівня — Міжнародний валютний фонд [1].

Академічна наука тільки підходить до вивчення цієї технології. Серед цих досліджень варто виділити роботи канадців Д. Тапскотт і А. Тапскотт, що досліджували питання революції блокчейну, а також швейцарця Р. Воттенхофера, який розглядає основні способи створення стійких до збоїв розподілених систем.

Вивченню технологій блокчейну також присвячені роботи таких вчених-науковців як: Марк Андерсен, Девід Чаум, Адам Бак, Вей Дай, Хел Фінні, Елвуд Шеннон, Фрідріх Касіски, Мартін Хелман, Філіп Цимерман та інших [2].

Результати дослідження

Існує багато підходів досягнення консенсусу. Кожен із них по-своєму впливає на безпеку і економічні параметри протоколу. Найвідоміші серед них — proof-of-work (PoW) та proof-of-stake (PoS). Важко визначити, який із підходів кращий, оскільки це лише підходи, що не мають кількісних характеристик, а не конкретні реалізації облікових систем. Для кожного з них характерні свої переваги та недоліки; немає добрих або поганих підходів: є конкретні вимоги та допущення.

Метод Proof of Work або як його ще називають «доказ виконання роботи» — це найперший алгоритм досягнення консенсусу, який почав використовуватися в криптовалютах. Основна думка полягає в тому, щоб вузли блокчейне мережі, що підтверджують транзакції, відпрацьовували досить складну обчислювальну роботу (прорахунок алгоритму), результат роботи якого можна було б легко і швидко перевірити іншими вузлами мережі.

Всі вузли борються між собою, нарощуючи ємність обчислювальних ресурсів, щоб опинитися тим самим, першим вузлом, який отримає винагороду. PoW вважають найлегшим і в той же час найстабільнішим алгоритмом в контексті повної децентралізації та анонімності [3]. Але він дуже дорогий у плані використаної електроенергії.

Метод Proof of Stake або «доказ володіння частиною» — це 2-й за популярністю алгоритм, який використовується в криптовалютах. У порівнянні з алгоритмом Proof of Work, алгоритм Proof of Stake є більш енергоефективним і може бути надійним.

Суть роботи даного виду Майнінг полягає в тому, що користувачеві не потрібно використовувати обчислювальні потужності для того, щоб отримати нові монети.

PoS спирається на вірогідну модель для вибору валідаторів, де ймовірність того, що учасник отримає блок, прямо пропорційна кількості монет, внесених ним в якості застави для захисту мережі. Такий підхід допомагає побудувати тривалі відносини учасника з мережею.

Використання PoS знижує ризик атаки 51 %, тому що робить її економічно не вигідною. Адже, у випадку атаки трапиться обвал курсу криптовалюти, а зловмисник, який буде тримати більше половини монет — стане найбільшою жертвою.

Метод Delegated Proof of Stake або «делегований доказ частини» також досить популярний алгоритм досягнення консенсусу, він використовується у відомих і високо капіталізованих проектах. Однак, він є не зовсім децентралізованим.

Суть даного алгоритму полягає в тому, що право підтвердження блоків передається певної групи людей, які вибираються за допомогою голосування. Ці голосування проводяться регулярно, тому група вузлів (нодів) змінюється часто, що дає стимул валідатору бути чесним, щоб його обрали повторно.

Метод Leased Proof of Stake або «орендований доказ частини». Користувач (вузол) має на своєму балансі невелику кількість монет і може передати їх в оренду іншому користувачеві щоб збільшити його «вагу» в загальній мережі.

Таким чином, після отримання винагороди вузол виплачується винагорода у процентному співвідношенні з вкладеною часткою.

Метод Proof of Importance або «доказ важливості» дуже схожий на алгоритмі PoS, але для визначення вузла враховується не тільки кількість монет на його гаманцю, а і його активність [4].

Для того, щоб стати цим вузлом, користувач повинен використовувати мережу за призначенням і здійснювати транзакції, а не просто зберігати монети на гаманці. Також, береться до уваги і час проведений в мережі.

Метод Proof of Authority або «доказ авторитетом» призначений для використання в централізованих мережах, де є конкретний регулятор діяльності. Тому, його використання можна спостерігати в компаніях. Алгоритму ґрунтується на тому, що підтвердити блок може тільки наділений такою можливістю вузол в мережі, це можуть бути директори компаній або начальники локальних відділень.

Останній метод, на якій ми звернемо вашу увагу, буде метод Proof of Capacity або його ще часто називають Proof of Space. Для отримання винагороди за підтвердження блоку, користувач повинен надати вільне місце на своєму жорсткому диску. Кількість виділеного жорсткого диска безпосередньо впливає на його «обчислювальну потужність».

Висновки і пропозиції

Технологія блокчейн має великий потенціал для зміни способу перевірки, зберігання та обміну цифровими даними (digital identify). У той час як багато компаній і стартапи вже вивчають таку можливість, їм ще належить пройти довгий шлях у вдосконаленні даної інновації.

Механізм досягнення консенсусу — основоположний принцип для надійної роботи децентралізованої облікової системи. Залежно від потреб і задач конкретного бізнесу при виборі системи обліку розглядають конкретний механізм, тому що від нього залежатимуть її властивості.

Розробники досить креативні у питаннях створення консенсусів. І цьому залишається тільки порадіти, тому що блокчейн без консенсусу, як смартфон без підключення до інтернету — чи має сенс?

Література:

1. Башир И. Блокчейн: архитектура, криптовалюты, инструменты разработки, смарт-контракты» / Имран Башир; пер. с англ. под науч. ред.: М. А. Райтмана. — Москва : ДМК-пресс, 2019. — 538 с.

2. Финогеев А.Г., Васин С.М., Гамидуллаева Л.А., Финогеев А.А. Технология смарт контрактов на основе блокчейн для минимизации трансакционных издержек в региональных инновационных системах // Вопросы безопасности. — 2018. — № 3. — С. 34–55.

3. Кравченко П. Блокчейн і централізовані системи : навч. посібник для студ. закладів вищ. освіти : в 3 частинах. Ч. 1 / П. Кравченко, Б. Скрябін, О. Дубініна. — Харків : ПРОМАРТ, 2019. — 452 с.

4. Огляд алгоритмів блокчейн консенсусу [Електронний ресурс]. — Режим доступу : https://digiforest.io/blog/blockchain-consensus-algorithms

Болдирєв Ф. В.
«Фінанси, банківська справа і страхування», 1 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к. е. н., доцент кафедри комп'ютерної математики
та інформаційної безпеки Корзаченко О. В.

РЕАЛІЗАЦІЯ МОДЕЛІ ЛІНІЙНОГО ПРОГРАМУВАННЯ ЗАСОБАМИ PYTHON НА ПРИКЛАДІ ФОРМУВАННЯ ПОРТФЕЛЯ ЦІННИХ ПАПЕРІВ

Вступ. Перші 20 років 21-го століття ознаменувалися цілим рядом трендів, серед яких бурхливий розвиток інформаційних технологій (IT), глобалізація економічних процесів, швидке зростання біржової капіталізації компаній. Виявилося, що засоби IT, зокрема створення спеціальних програмних продуктів, які спираються на математичні методи і моделі, можуть бути використані трейдерами.

Поступове зростання благополуччя українців, і що найважливіше, вбудовування нашої країни у світову економіку призвело до пожвавлення інтересу людей у сфері інвестування. Купівля пакету акцій компаній є одним із засобів інвестування коштів. Однак акції — це ризик, і для його мінімізації, а також для максимізації прибутку доцільно диверсифікувати пакети, тобто купувати в декількох трейдерів акції різних компаній. Їх купівля супроводжується деякими природніми обмеженнями, урахування яких логічно приводить нас до побудови математичних моделей лінійного програмування.

Актуальність теми дослідження. Написання додатків, які вміли би вирішувати задачі такого типу, — справа дуже актуальна у наші дні. Дедалі популярнішою у цьому контексті стає тема використання високорівневої мови програмування Python. Його перевагами є спрощений синтаксис, орієнтація на швидку розробку, застосування новітньої парадигми функціонального програмування і, як наслідок, велетенська кількість бібліотек, що дозволяють застосовувати математичні методи для аналізу даних.

Водночас варто зазначити, що хоча український фінансовий сектор є достатньо сучасним, в середньому більшість його працівників жодним чином не ознайомлені з програмними методами вирішення проблеми оптимізації. У ВУЗах програмування вивчається студентами лише декількох спеціальностей. Тому обрана тема актуальна не тільки через бурхливе практичне застосування, а й через важливість осучаснення вітчизняного освітнього процесу.

Мета роботи — дослідити загальні методи лінійного програмування та засоби їх реалізації у середовищі розробки Python. Продемонструвати практичне застосування теоретичного матеріалу на прикладі реально працюючої програми. Для досягнення поставленої мети використано такі **методи дослідження:** синтез, порівняння, узагальнення, а також аналіз наукової літератури.

Огляд фахової літератури. Теоретичною базою дослідження слугують праці таких вітчизняних вчених В.В. Вітлінського, С.І. Наконечного, С.С. Савіної, М.М. Тунєєва, Л.О. Примостки. Дослідження ефективності систем комп'ютерної математики для розв'язування задач лінійного програмування розглядалося в роботах М. Жалдака, А. Чемериса, Р. Юринця, Т. Кобильника та інших. Однак багато питань залишається на сьогодні недостатньо розкритими.

Результати дослідження. Лінійне програмування — підрозділ математичного програмування. Формально його вважають технікою програмування (або ж оптимізації) функції, що розглядається, з одночасним виконанням ряду обмежень, представлених лінійними рівняннями та/або нерівностями. Уперше загальну постановку задачі лінійного програмування здійснив Л.В. Канторович у 1939 році. Тоді ж він запропонував один з методів розв'язання задач такого типу. Переважна кількість економічних задач оптимізації на певному проміжку

часу може бути представлена як задачі лінійного програмування. Це означає, що математична формалізація основних економічних закономірностей, що застосовуються у визначенні оптимальних планів, не суперечить лінійній формі рівнянь і нерівностей. Такі твердження протягом півсторічних теоретичних і практичних досліджень у різних країнах світу повністю підтверджені. Загальна лінійна оптимізаційна математична модель економічних процесів і явищ так звана загальна задача лінійного програмування подається як:

$$\max(\min)Z = c1x1 + c2\,x2 + \ldots + cn\,xn, \text{ за умов:}$$
$$a_{11}x_1 + a_{12}x_2 + \cdots + a_{1n}x_n \{\leq, \geq, =\} b_1$$
$$a_{21}x_1 + a_{22}x_2 + \cdots + a_{2n}x_n \{\leq, \geq, =\} b_2$$
$$a_{m1}x_1 + a_{m2}x_2 + \cdots + a_{mn}x_n \{\leq, \geq, =\} b_m$$
$$x_1 \geq 0, x_2 \geq 0 \ldots, x_n \geq 0$$

Існує багато підтипів задач лінійної оптимізації, що мають свої способи розв'язку. Для оптимізації портфеля акцій найкраще підходить задача визначення оптимального плану виробництва. Математична модель виробничої задачі може бути застосована для різних економічних задач, у яких виникає проблема вибору найкращого варіанта розподілу обмеженої кількості ресурсів, хоча на перший погляд постановка задачі не стосується виробничих процесів.

Для розв'язання даної задачі на Python найкраще підійде бібліотека PuLP, яка поширюється безкоштовно і не містить ніяких нових залежностей. PuLP використовує модульний підхід. Всередині модуля виконується інтерпретація Python-PuLP виразів, результат передається у клас solver, де відбуваються обрахунки. Оскільки інтерфейс багатьох solver'ів схожий, у майбутньому його легко адаптувати до нових викликів.

Постановка задачі. Нехай потрібно придбати k акцій в n брокерів $x_1, x_2, \ldots, x_n$. Вартість однієї акції становить p гр./од. і дорівнює відповідно $p_1, p_2, \ldots, p_n$. Мінімальна кількість акцій, яку можна придбати у брокерів$x_1, x_2, \ldots, x_n$ — $q_{min} = (q_{min1}, q_{min2}, \ldots, q_{minn})$. Максимальна кількість $q_{max} = (q_{max1}, q_{max2}, \ldots, q_{maxn})$. Винагорода кожного брокера за надані послуги становить $z = (z_1, z_2, \ldots, z_n\ )$. Також введемо одну бінарну змінну «замовлення»: замовлення = 0, якщо в брокера x_i акції не купляються, замовлення = 1, якщо акції купуються. Задача: придбати k акцій у m брокерів $(m \leq n)$, витративши найменше коштів і виконавши всі обмеження. Розв'язок задачі має такий вигляд:

$$min \sum_{i=1}^{2} [p_i * q_i + z_i * \text{замовлення}_i], \text{ з умови:}$$

$$\text{замовлення} * q_{mini} \leq q_i \leq \text{замовлення} * q_{maxi}$$

Результат виконання програми наведено на рис. 1. Отже, для мінімізації витрат на придбання 500 акцій у брокерів із заданими умовами, необхідно обрати 300 акцій у першого брокера та 200 акцій у другого, загальна сума придбання склала 21200 грн. Розроблена програма є універсальною, оскільки користувач може зазначати будь-яку кількість брокерів та задавати власні оптимізаційні умови.

```
53  quantities = pulp.LpVariable.dicts("quantity", dealers, lowBound=0,
    cat=pulp.LpInteger)
54  is_orders = pulp.LpVariable.dicts("orders", dealers, cat=pulp.LpBinary)
55
56  """ Реалізація моделі цілочислового програмування з бінарними змінними """
57  model = pulp.LpProblem("A_cost_minimization_problem", pulp.LpMinimize)
58
59  model += sum([variable_costs[i]*quantities[i] + fixed_costs[i]*is_orders[i] for i in
    dealers]),"Minimize portfolio cost"
60  model += sum([quantities[i] for i in dealers]) == total_quantity, "Total contracts
    required"
61
62  for j in range(0, num):
63      dealer = dealers[j]
64      min_restriction = restriction_quantity[dealer][0]
65      max_restriction = restriction_quantity[dealer][1]
66      model += is_orders[dealer]*min_restriction <= quantities[dealer] <= is_orders
        [dealer]*max_restriction, "Boundary of total volume of " + dealer
67
68  model.solve()
```

```
Розв'язок оптимізаційної задачі цілочислового програмування з бінарними

Мінімізація витрат на придбання акцій у різних брокерів

Введіть кількість брокерів: 2
----------
Введіть ім'я брокера: Арсеній
Введіть витрати на придбання 1 акції у брокера Арсеній: 30
Ведіть витрати на винагороду брокеру Арсеній: 1200
Ведіть мінімальну кількість акцій, яку необхідно купити у брокера: 75
Ведіть максимальну кількість акцій, яку можна придбати у брокера: 300
----------
Введіть ім'я брокера: Феодосій
Введіть витрати на придбання 1 акції у брокера Феодосій: 50
Ведіть витрати на винагороду брокеру Феодосій: 1000
Ведіть мінімальну кількість акцій, яку необхідно купити у брокера: 40
Ведіть максимальну кількість акцій, яку можна придбати у брокера: 500

Введіть загальну кількість акцій, яку бажаєте придбати: 500

----------
Minimization Results:
orders_Арсеній = 1.0
orders_Феодосій = 1.0
quantity_Арсеній = 300.0
quantity_Феодосій = 200.0
Загальна вартість придбання активів: 21200.0
```

Рис. 1. Скріншот виконання програми для розв'язку оптимізаційної задачі

Висновки. Методи розв'язання задач із розділу математичної оптимізації мають потужне практичне застосування в сфері фінансів, особливо для біржової діяльності, а поява відповідних бібліотек програмування зробила можливою їх цифрову реалізацію. Для створення розв'язку задачі знадобилося лише 82 рядки коду, при цьому 15 рядків присвячені перевірці вводу. Тобто на саме рішення припадає менш ніж 70 рядків, що є високим показником. До того ж код легко читається і його можна швидко зрозуміти. Такі особливості якісно виокремлюють Python як мову програмування у порівнянні з іншими, більш традиційними мовами, наприклад, Java і C++. Сильна об'єктна орієнтація і відносна архаїчність синтаксису зробили би реалізацію задачі довшою і складнішою. У порівнянні з іншими функціональними мовами Python виграє за рахунок більшої кількості бібліотек, які переважно знаходяться у відкритому доступі.

Література:

1. Вітлінський В.В. Економіко-математичні методи та моделі: оптимізація : навч. посібник [Електронний ресурс] / Вітлінський В. В., Терещенко Т. О., Савіна С. С. — К. : КНЕУ, 2016. — 303 с.
2. Примостка Л.О. Управління банківськими ризиками: Навч. посіб. / Л.О. Примостка, П.М. Чуб, Г.Т. Карчева та ін.; За заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Л.О. Примостки. — К.: КНЕУ, 2007. — 600 с.
3. Weiming J. Mastering Python for Finance / James Ma Weiming. — Birmingham: Packt Publishing, 2015. — 312 с.

Чебан О. О., Ципляк О. О.,
«Інститут інформаційних технологій в економіці»
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник: Мамонова Г. В., доцент
«Кафедри комп'ютерної математики та інформаційної безпеки»
Cheban.lesia@gmail.com

ПРАКТИЧНЕ ЗАСТОСУВАННЯ АЛГОРИТМІВ НЕЧІТКОЇ ЛОГІКИ ДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ НАВЧАННЯ

Наразі сфера технологій в освіті стрімко розвивається. Доктор Барбара Оклі у своїй книжці «Навчитися вчитися. Як запустити свій мозок на повну» [1] робить важливий акцент на необхідності повторення інформації для ефективного її запам'ятовування та можливості подальшого застосування. Також важливою частиною вивчення інформації є саме її активне відтворення. Ефективним способом засвоєння інформації є використання флеш-карток. Важливим аспектом довготривалого засвоєння матеріалу є інтервальні повторення — зі збільшуванням перерви між повторами. Такий метод дозволяє зменшити витрати часу і збільшити ефективність вивчення матеріалу.

Одним із популярних застосунків для запам'ятовування інформації є додаток "Quizlet", який використовує метод флеш-карток. Вищезгаданий метод є високоефективним, адже полягає у активному відтворенні інформації. Використання "Quizlet" є ефективним при підготовці до іспитів, проте є незручним при вивченні матеріалу на довгий період часу. Проблема такого підходу в тому, що кількість флеш-карток та їхніх груп(сетів) з часом нагромаджується. Після певної кількості сетів продовження навчання стає нефективним. Крім того, із збільшенням кількості сетів ускладняється керування ними без автоматизації процесу, а саме, вибір конкретного сету для повторення. Також "Quizlet" не використовує алгоритм кривої забування, що зменшує ефективність вивчення матеріалу протягом довгого періоду часу.

У рамках дослідження розроблено систему підтримки прийняття рішень [3] на базі серверного багатокористувацького API(мережевого додатку). За допомогою чатбота користувач спілкується із системою, що веде облік частоти повторювань обраних матеріалів. Мережевий додаток за допомогою інформації введеної користувачем про свої матеріали, а також враховуючи частоту повторень, пропонує розглянути сети, які були б найімовірніше забуті без повторень. Головна ідея, у рамках обмеженого часу на повторення великої кількості матеріалів, підказати користувачу оптимальний сет для повторення. Розглядається ситуація, коли час на повторення усі матеріалів, перевершує час, які користувач виділяє на одну сесію повторення. Тобто не може потворити всі сети за один раз.

Дослідження було сфокусовано на вирішенні проблеми у формі системи підтримки прийняття рішень. Призначення системи — вибір оптимального сету для повторення. Прийняття рішення відбувається на основі ключових факторів, які зведені до числових значень. До факторі впливу було віднесено: складність сету, кількість попередніх повторювань, терміновість вивчення, пріоритетність напрямку, до якого належить даний сет, а також ряд штучних параметрів, які сформовані на основі аналізу статистики навчання конкретного користувача.

За для отримання числової характеристики вище перерахованих факторів вибору оптимального сету — використано елементи принципів нечіткої логіки [2]. Кожен фактор зведено до протилежних тверджень, тобто кожен фактор можна охарактеризувати числом в інтервалі (0; 1), де 0 і 1 були б повною відповідністю одному з протилежних тверджень. По аналогії з принципом використаним для роботи електродвигуна [5].

Перед вибором платформи та технології було проведено дослідження та виявлено оптимальний спосіб реалізації — створення чатбота у месенджері «Telegram». Головні фактори вибору технології — популярність чатботів та великий потенціал розвитку. Популярність зумовлена зручністю для користувачів, адже не потрібно встановлювати додаткових сервісів, також це зберігає час при використанні. Чатботи мають потенціал для створення індивідуального навчання для студентів. Особливо це стосується масових безкоштовних онлайн-курсів (MOOC) із сотнями студентів, де індивідуальна підтримка ускладняється через фінансові та організаційні обмеження. [4]

Рішення складається із 3 основних блоків:

- Серверна база даних, що зберігає користувацьку інформацію.
- Багатокористувацький чатбот, у якому користувач ідентифікує себе, вводить інформацію про свої сети і отримує поради від системи.
- Серверний API, який приймає авторизовані запити від бота і формує поради, керуючись системою підтримки прийняття рішень із використанням принципів нечіткої логіки. Також отримує інформацію із бази даних та поповнює її новими даними.

«SuperMemo» — компанія, що одними з перших розпочали досліджувати автоматизовані системи інтервальних повторень. Було опубліковано збірку статей [6], в якій пояснюють ефективність такого підходу. Розроблено алгоритм, що визначає через який проміжок часу ймовірність забування матеріалу є найвищою. Саме в цей момент часу потрібно повторити матеріал. Таким чином, користувач отримує переваги у вигляді збереження часу від непотрібних повторів, а також максимізує ефективність повторення. Також за допомогою створеного «SuperMemo» алгоритму було розраховано кількість часу в день потрібну для вивчення певного об’єму матеріалу.

Комунікація користувача та системи прийняття рішень відбуватиметься через чатбот у месенджері «Telegram». Це гарантує зручність та швидкість для користувача, а також зрозумілість, оскільки це не нова система, а вже звичний чатбот. Вхідна інформація, що потрібна для функціонування системи, це посилання на список сетів флеш-карток «Quizlet», а також пріоритезація їх. Також є можливість позначити сети як «термінові», що допомагатиме системі частіше підказувати для повторювання саме цей сет для кращого результату. Після введення необхідних для старту параметрів, подальша взаємодія користувача та чат бота буде зведена до мінімум — чітка видача рекомендацій щодо сетів, що потрібно повторити у даний день і оновлення статусу. Статусом користувач інформує бота чи виконав він надану рекомендацію повторення.

Пропозиція розвитку боту — використання в університеті в якості бази знань. Підготовка до екзамену часто буває складною для студентів, через відсутність структурованого бачення дисципліни. Якщо запропонувати студентам паралельно із класичними конспектами користуватись флеш-картками, створеними викладачами, із підтримкою вище описаної системи — це значно підвищити ефективність їх навчання.

Література:

1. Learning how to learn / Dr. Barbara Oakley, Dr. Terrence Sejnowski — «Mind for Numbers».
2. Formal fuzzy logic — article at Citizendium.
3. Power D. J. «What is a DSS?», The On-Line Executive Journal for Data-Intensive Decision Support, 1997. — v. 1. — N 3.
4. Winkler, R. & Söllner, M. (2018): Unleashing the Potential of Chatbots in Education: A State-Of-The-Art Analysis. In: Academy of Management Annual Meeting (AOM). Chicago, USA.
5. Rahul Malhotra, An Efficient Fuzzy-GA Flow Control of Turbine Compressor System: A Process Control Case Study.
6. «Справжня історія інтервальних повторень», Пьотр Возняк.

Пшенянік Є. В.
«Системний аналіз», 6 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.е.н., доцент Самченко Н. К.

ЗБІР ТА АНАЛІЗ ВИМОГ ДЛЯ ОПТИМІЗАЦІЇ БІЗНЕС ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА

У дослідженні розглядається питання актуальності збору вимог та аналізу бізнес-процесів, у замовленому проєкті розробки програмного забезпечення. Розглянуто види заходів з метою збору інформації, методи аналізу бізнес-процесів та вимог і форми їх документування.

Вступ. Нині популярність програмних рішень змусила компанії підвищити свої очікування та вимагати від програмних рішень повної автоматизації бізнесу. Однак у кожному проєкті є свої особливості, які потрібно врахувати та правильно реалізувати. Для максимального ефекту від системи потрібна глибока інтеграція, для здійснення якої необхідно проаналізувати вимоги підприємства.

Нехтування етапом збору вимог призведе до неправильного розуміння потреб клієнта, що неодмінно тягне за собою не виправдання очікувань замовника. Щоб уникнути таку ситуацію необхідно вивчити найдрібніші особливості ведення бізнесу. Тільки в цьому випадку вийде побудувати модель процесів і їх оптимізувати. Оптимізовані бізнес-процеси дозволяють програмному забезпеченню автоматизувати процеси бізнесу так, щоб вони відповідали вимогам замовника. Саме тому, протягом багатьох років збір вимог та аналіз бізнес-процесів, у проєкті розробки програмного забезпечення, стають неминучими.

Методи дослідження. Під час виконання дослідження були застосовані методи теоретичного дослідження, системний підхід, критичний аналіз методичної літератури та практичний досвід у роботі з аналізом вимог та бізнес-процесів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичною базою дослідження слугують стандарти, зводи знань, методології, фреймворки і практики в галузі розробки ПЗ, такі як RUP (Rational Unified Process), MSF (Microsoft Solutions Framework), CMMI (Capability Maturity Model Integration), Agile (Гнучка́ розро́бка програ́много забезпе́чення), стандарти ISO, PMBOK(Guide to the Project Management Body of Knowledge), BABOK (A Guide to the Business Analysis Body of Knowledge), SWEBOK (Software Engineering Body of Knowledge) та наукові дослідження та практичні розробки закордонних вчених: Дж. Харрінгтона, С. Кук, Д. Епштейна, Р. Мальцмана, К.С. Еселінга, К.І. Вігерса.

Результати дослідження. Як правило, етап оптимізації бізнес-процесів та формалізації бізнес-вимог є трудомістким і вимагає участі зацікавлених сторін. За даними дослідницької організації Standish Group, найбільша кількість помилок трапляється на етапі збору, аналізу та документування вимог, які у 200 разів дорожче виправити при впровадженні ПЗ. Зазвичай помилки обумовлені невиявленими або нечітко сформульованими вимогами до функціоналу ПЗ [1].

Оптимізовані бізнес-процеси та задокументовані вимоги дозволяють програмному забезпеченню автоматизувати процеси бізнесу так, щоб вони відповідали вимогам замовника [2]. Отже, для оптимізації та автоматизації бізнес-процесів, перш за все, слід зібрати вимоги бізнесу.

Результати дослідження показали, що процес збору вимог передбачає три види діяльності [3, 4]:

- Збір вимог — спілкування з клієнтами і користувачами, визначення їхніх вимог, обговорення процесів бізнесу та аналіз предметної галузі. На даному етапі точно визначаються функції продукту і способи його інтеграції в наявні процеси.
- Аналіз вимог — визначення повноти вимог, перевірка відповідності вимог наявним бізнес-процесам, виявлення взаємозв’язку вимог та їх структуризація.
- Документування вимог — вимоги можуть бути задокументовані в різних формах, таких як простий опис, сценарії використання чи призначені для користувача історії, у залежності від методології розробки.

Аналіз зводів знань PMBOK та BABOK показав, що існує багато підходів до збору вимог, однак спираючись на практичний досвід, деякі з них найбільш ефективні [4, 5]. для різних видів діяльності.

Збір вимог передбачає проведення кількох заходів з метою збору інформації щодо вимог до системи, тому найчастіше використовують наступні техніки [4, 5]:

- Інтерв’ю віч-на-віч
- Мозковий штурм
- Фокус групи
- Створення прототипу

- Workshops
- Аналіз документації
- Спостереження та інші

При аналізі вимог зазвичай використовуються такі методи [4,5]:

- SWOT-аналіз
- Бізнес-модель Canvas
- MOST Analysis
- Моделювання бізнес-процесів та інші

Здобуті вимоги можуть бути **задокументовані** в різних формах, таких як [5,6,7]:

- User Stories
- Use cases
- Business Requirement Document
- Requirements Traceability Matrix (RTM) та інші

Щоб оцінити та вдосконалити процес збору та аналізу вимог використовують модель 5 рівнів зрілості, яка показує співвідношення числа ризиків і складності проєкту з накладеними на них п'ятьма рівнями моделі зрілості для управління вимогами і пропонує організаціям рекомендації для поліпшення процесів [4,7].

Шкала зрілості виглядає так:

Рівень 0. Відсутність вимог

Рівень 1. Документування вимог

Рівень 2. Організація вимог

Рівень 3. Структурування вимог

Рівень 4. Трасування вимог

Рівень 5. Інтеграція вимог

Залежно від складності проєкту, кваліфікації команди і необхідної якості ПЗ потрібно вибирати той чи інший рівень зрілості управління вимогами і поступово до нього переходити [4,7].

Висновки і пропозиції. Кожний бізнес є унікальним і кожний клієнт має свої певні потреби, тому неможливо визначити узагальнені вимоги до розробки програмного забезпечення. Для отримання бажаної системи, необхідне точне визначення вимог та розуміння бізнес-процесів компанії.

У даному дослідженні було визначено найефективніші техніки виявлення, аналізу та документування вимог, за допомогою яких можна чітко визначити сферу проєкту, його структуру та ресурси, необхідні для його завершення. Перелічені методи вже давно застосовуються багатьма ІТ-компаніями України, які приділяють особу увагу збору та аналізу бізнес–потреб замовника. Цілеспрямований збір вимог та їх детальний аналіз допомагає уникнути багатьох проблеми та забезпечує відповідність майбутньої системи потребам клієнта.

Література:

1. П'ять рівнів зрілості вимог — Байкин Олександр, Новачків Олександр — 2010 — https://studfile.net/preview/3066069/
2. ИСО 9000–2015: «Система менеджмента качества. Основные положения и словарь».
3. Software Requirements Book (Microsoft), Karl E Wiegers /Joy Beatty. Released 2013.
4. A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide)–Sixth Edition, розділ 4.1.3.1
5. Guide to the Business Analyst's Body of Knowledge® (BABOK® Guide), Version 2.0, International Institute of Business Analysis, ©2005, 2006, 2008, 2009.
6. Project Workflow Management. Daniel Epstein, Rich Maltzman — стор. 41
7. Карл І. Вігерс. Розробка вимог до програмного забезпечення. — 2004. — ISBN 5-7502-0240-2.

Чернявський К. І.

"Економічна кібернетика", 5 курс

ДВНЗ "Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана"

Науковий керівник — к.е.н., доцент кафедри комп'ютерної математики та інформаційної безпеки Корзаченко О. В.

ОСОБЛИВОСТІ ОПТИМІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ КРИЗИ, СПРИЧИНЕНОЇ ПАНДЕМІЄЮ КОРОНАВІРУСА

Постановка проблеми. В сучасних умовах мінливого бізнес-середовища, коли підприємства усього світу потерпають від збитків, спричинених пандемією коронавірусу, головним

завданням бізнесу стає швидке реагування на глобальні зміни шляхом впровадження ефективних методів управління діяльністю. В першу чергу, підприємства мають зосередити свої зусилля на адаптації бізнес-моделі до сучасних реалій, зменшенні видатків та комунікації з клієнтами. Саме оптимізація бізнес-процесів є одним з основних стратегічно важливих завдань підприємства, реалізація якого визначить усю його подальшу ефективну діяльність. Своєчасне вдосконалення бізнес-процесів допоможе підприємствам зберегти конкурентоздатність на ринку та забезпечити економічне зростання.

Однак в кризових умовах вітчизняні підприємства можуть зіштовхнутися з проблемами вибору ефективних методів та інструментів вдосконалення бізнес-процесів, нерозумінням мети оптимізації бізнес-процесів та відсутністю практичних навичок її проведення. Необхідність реорганізації системи функціонування підприємств та вирішення питань оптимізації їх діяльності обумовлюють **актуальність роботи**.

Метою роботи є аналіз світового досвіду в удосконаленні діяльності підприємств в умовах економічної кризи, спричиненої пандемією, та розробка практичних рекомендацій з оптимізації бізнес-процесів вітчизняних компаній.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети використані теоретичні методи дослідження, а саме: синтез, узагальнення, аналіз наукової літератури та метод порівняння.

Огляд фахової літератури. Дослідженню проблем управління, аналізу, оптимізації бізнес-процесів присвячені роботи багатьох закордонних та вітчизняних вчених: Дж. Харрінгтона, Б. Андерсена, К.С. Еселінга, Х.В. Німвегена, А.В. Шеєра, С. Кука, В.Г. Єліферова, В.В. Репіна, О.В. Корзаченко, В.В. Єфімова, І.Н. Ткаченко. Вивченням питань реінжинірингу бізнес-процесів займалися Т. Давенпорт, Е.Г. Ойхман, М. Робсон, Ф. Уллах, Ф.В. Тейлор, М. Хаммер, Дж. Чампі та інші.

Не дивлячись на значну зацікавленість науковців та дослідників визначенням сутності та методів удосконалення бізнес-процесів, комплексний підхід до зазначених питань у науковій літературі відсутній.

Результати дослідження. Оптимізація бізнес-процесів — це комплекс взаємопов'язаних управлінських, організаційних та інформаційних заходів, об'єднаних певною технологією, спрямований на поліпшення показників як окремих процесів, так і показників діяльності підприємства в цілому з метою задоволення потреб та очікувань зацікавлених сторін.

Умовно всі методи оптимізації бізнес-процесів можна поділити на три групи: (1) Формалізовані універсально-принципові методи, які засновані на застосуванні успішного досвіду і формалізованих принципів для побудови ефективних бізнес-процесів. Дані методи є універсальними і вони підходять для оптимізації будь-яких бізнес-процесів для будь-якого виду бізнесу. Наприклад, методи п'яти питань, паралельного виконання робіт, усунення часових розривів, а також мінімізація усної інформації та організація точок контролю. (2) Методи засновані на вивченні, аналізі і подальшому копіюванні елементів процесів успішних компаній, що займаються схожими видами діяльності. Практика показала, що останнім часом багато підприємств ефективно впровадили у себе технологічні ноу-хау, запозичивши їх у підприємств, що працюють в інших галузях бізнесу. Наприклад, бенчмаркінг та аутсорсинг. (3) Методи групової роботи з керівником та колегами. Ця група методів об'єднала різні технології роботи в команді: метод мозкового штурму, метод групового розв'язання задач тощо. Їх використання дозволяє розробити нові ефективні рішення, раніше нікому не відомі.

Особливої уваги заслуговує друга група методів. В результаті дослідження проаналізовано досвід оптимізації бізнес-процесів китайський компаній, які швидко адаптувалися до правил функціонування під час карантину, при чому запроваджені зміни були реалізовані без додаткового державного фінансування. Наприклад: (1) Популярний у Китаї сервіс доставки їжі і товарів Meituan Dianping запустив безконтактну доставку. За умовами доставки, кур'єр залишає їжу в заздалегідь домовленому місці і дзвонить клієнтові, який забирає товар. Також в пакет з доставкою вкладають картку, із зазначенням температури всіх співробітників, які брали участь в приготуванні і доставці страви, та дані про дезінфекцію; (2) Remote work для IT-фахівця. Варто зауважити, що IT-спеціалісти вже звикли до подібного формату роботи. Особливо це стосується аутсорсингових команд. На сьогоднішній день приблизно 98 % IT-фахівців працюють в домашніх умовах. Виключення становлять технічні спеціалісти, які забезпечують роботу інфраструктури компаній. Хочу підкреслити, що при роботи в режимі remote work, зберігається висока якість послуг та робіт і для клієнтів різниця є зовсім непомітною; (3) Деякі магазини та торгові мережі доручили своїм продавцям-консультантам використовувати соцмережі і месенджери для пошуку покупців. Мережа косметичних магазинів Lin Qingxuan зуміла таким чином подвоїти обсяг продажів; (4) Онлайн відео-сервіси, як

Kuaishou, уклали контракти з Міністерством освіти КНР. Китайські студенти і школярі вчаться, не виходячи з дому.

Очевидно, що будь-які зміни в бізнес-моделі вітчизняних підприємств, що орієнтовані на діджиталізацію, неможливі без автоматизації бізнес-процесів. Необхідною під час пандемії технологією автоматизації є впровадження систем управління бізнес-процесами (BPMS) виду Low-code, які грунтуються на візуальному підході до їх розробки. Такий підхід дозволяє розробникам різних рівнів досвіду та бізнес-аналітикам самостійно створювати програмні додатки через графічний інтерфейс користувача, використовуючи спеціальні компоненти. Працюючи разом, бізнес- та IT-фахівці створюють Low-code додатки набагато швидше класичних BPMS. Така розробка додатків дозволяє створити повний спектр типів програм для різних випадків використання: від оновлення застарілих програм до інтелектуальних, що підтримуються IoT (інтернет речей). Переваги Low-code BPMS у порівнянні з традиційними BPMS подані на рис. 1.



Рис. 1. Переваги Low-code BPMS

Висновки та пропозиції. Нині функціонування бізнесу є дуже складним процесом через перепони на всіх рівнях його життєдіяльності. Оптимізація бізнес-процесів підприємства в умовах пандемії матиме такі позитивні наслідки: (1) формування у працівників підприємства та керівників чіткого розуміння того як, коли, хто, та що необхідно робити для досягнення поставлених цілей; (2) можливість підготовки до успішного, продуманого та ефективного впровадження інформаційних технологій; (3) можливість підготуватись до ефективного та обґрунтованого організаційного редизайну; (4) зростання керованості підприємства; покращення взаємодії між працівниками та підрозділами підприємства.

Для українських підприємств необхідно застосовувати практичний досвід провідних китайських компаній, що порівняно з іншими адаптувалися до сьогоднішньої ситуації та впроваджувати Low-code BPMS, що допоможе значно упорядкувати бізнес-процеси, підвищити ефективність господарської діяльності та зберегти конкурентоспроможність.

Література:

1. Бойчук Н.Я. Оптимізація управління бізнес-процесами на підприємствах України / Н.Я. Бойчук, В.В. Орел // Збірник наукових праць Національного технічного університету України «КПІ». — 2016. — Випуск 17. — С. 173–180.

2. Ломійчук В. Как вести бизнес во время коронавируса? [Електронний ресурс] / В. Ломійчук. — 2020. — Режим доступу: https://blog.liga.net/user/vlomiychuk/article/36031.

3. Корзаченко О.В. Оптимізація бізнес-процесів українських підприємств: проблеми та перспективи / О.В. Корзаченко // Науковий вісник Херсонського державного університету. — 2013. — Випуск 3. — С. 64–69.

4. Кухалейшвілі Г. Бизнес против коронавируса: зарубежный опыт для Украины [Електронний ресурс] / Г. Кухалейшвілі. — 2020. — Режим доступу: https://ubr.ua/finances/macroeconomics-ukraine/biznes-protiv-koronavirusa-zarubezhnyj-opyt-dlja-ukrainy-3891567.

5. 4 Key Steps for the Digitization of Business Processes [Електронний ресурс] — Режим доступу: https://blog.runrun.it/en/digitization-of-business-processes%EF%BB%BF/amp/.

Макаркіна Ю. М.
(ф-т міжнародної економіки і менеджменту, І курс)

«ЯК ТЕХНОЛОГІЇ 3D-ДРУКУ ЗМІНИЛИ СВІТ»

Не так давно навіть думка про те, щоб друкувати об'ємні предмети, була фантастична. Вже не кажучи, що це будуть не прості речі, а щось, що здійснить революційні зміни в науці та інших сферах життєдіяльності. Багато хто думає, що зараз 3D-принтер — це просто дорога іграшка, але це так.

Загальна інформація

3D-друк — це спосіб виготовлення об'ємних предметів на основі цифрових моделей. Незалежно від різних типів технології, суть полягає у поступовому пошаровому виниканню об'єкту. Допоміжний пристрій для цього — 3D-принтер, який заправлений необхідними матеріалами.

Існують дві основні технології 3D-друку:

- лазерна;
- струменева.

Лазерний 3D-друк — перший використаний метод друку тривимірних комп'ютерних моделей. Так само, як і на струминних. на лазерних 3D принтерах, друк об'єкта відбувається шляхом поступового нарощування.

Струминний 3D-друк — найпопулярніший нині метод створення тривимірних об'єктів з комп'ютерної моделі. Найпростіший струминний 3D-принтер використовує метод видавлювання розплавлених матеріалів — екструзії, коли крапля за краплею формується шар майбутнього об'єкта, і шар за шаром створюється сам об'єкт. При цьому може використовуватися не тільки безпосередньо пластик, але фактично будь-який матеріал, який здатний плавитися і потім застигати: шоколад, сир, латексна гума, силікон, цементні та керамічні маси, навіть золото і срібло у складі глин.

До речі, це не така нова технологія, як здається на перший погляд. Винайшов 3D-друк Чарльз Халл у 1986 році. Та загальне визнання пристрій почав отримувати тільки на початку 2000-х років.

Головна мета 3D-принтера — це допомагати та полегшувати людям їх роботу на навчання.

3D-друк у медицині

Вперше 3D-друк використали у медицині в 1999 році, коли вчені з американського університету імплантували людині орган, зроблений з застосуванням комп'ютерної томографії та 3D-принтера.

Зараз 3D-друк має широкий спектр напрямків та можливостей. Можна виділити такі:

- створення імплантатів;
- друк кісток;
- моделювання внутрішніх органів людини;
- створення унікальних медичних інструментів для лікарів.

Також ця технологія у медицині дозволяє з високою точністю моделювати та створювати стоматологічні імплантати, протези, прототипи органів. 3D-друк допомагає вже працюючим спеціалістам та медикам ефективніше навчатися та підвищувати кваліфікацію, практикуватися та розробляти точні плани хірургічних операцій.

Будівництво

Появу нових компаній, які займаються 3D-друком у будівництві, можна порівняти з кількістю грибів у дощовий сезон. І за їх успіх у цьому напрямку неможливо не зрадіти! Наприклад, компанія Yingchuang New Materials побудувала 10 нових будинків лише за одну добу. А в Дубаї вже друкують «офіси майбутнього» на 250 м^2 з модульних систем та стильним дизайном.

Автомобілебудування

Для автомобілебудування характерне масове виробництво. Всі деталі тиражуються в сотні тисяч, а то й в мільйонах примірників, тому існує думка, що друкувати їх на тривимірному принтері було б занадто дорого. Але останнім часом ситуація змінюється, собівартість виробництва і поставки традиційними шляхами і безпосередньо сам друк може замінити старе виробництво зовсім новою технологією.

На даний момент в автомобілебудуванні 3D-друк широко застосовується як метод моделювання та планування майбутніх машин. Але при цьому такі відомі компанії як Tesla, BMW, Mercedes-Benz, Audi та багато інших вже мають у своєму модельному ряді машини, які були повністю або частково надруковані за допомогою тривимірних технологій.

Авіабудування

Якщо на початку минулого десятиріччя 3D-принтер використовувався лише для друку невеликих дронів та форсунок до авіадвигунів, то зараз вже багато чого змінюється.

Весною 2018 року усім відома компанія Boeing анонсувала, що титанові елементи фюзеляжу, котрі нестимуть навантаження на корпус під час польоту, будуть друкуватися на 3D-принтері. Norsk Titanium, яка виступає у ролі підрядника Boeing, розробила власну технологію друку на основі швидкого плазмового осадження. Це коли титановий дріт плавиться в хмарі з газу аргону. Завдяки цьому компанія планує здешевити вартість літака на 2–3 мільйони доларів.

Існує ще багато сфер, у яких 3D-друк зробив індустріальний переворот та повністю змінив підхід до виробництва: мода та дизайн, мистецтво та архітектура, спорт та повсякденне життя людей. Чого варті лише 3D-пензлики, які для декого вже замінюють звичайні. Зважаючи на те, що у цій сфері постійно виконуються нові розробки та дослідження, а сам друк стає дешевшим та доступнішим, то у найближчому майбутньому нас чекають великі зміни усієї технології нашого сьогоднішнього процесу виробництва. І це може вплинути як і на світову економіку споживання, так і життя в цілому.

Література:

1. Михайлова А. Е., Дошина А. Д. 3D-принтер — технологія майбутнього // Молодий вчений. — 2017. — № 20. — С. 40–44.
2. Горьков Д.В 3D-друк у малому бізнесі. М.: Вид. АСВ, 2018. 143 с.
3. Майкл Мак-Аптайн. Просто роздрукуйте // National Geographic Україна. — Вип. грудень 2014. — С. 126–141.

Шевчук С. В.

(ф-т міжнародної економіки і менеджменту, І курс)

РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

На сьогоднішній день важко переоцінити значення інформаційних технологій для ведення та розвитку бізнесу. Незалежно від галузей, на яких спеціалізуються сучасні компанії, їх функціонування є просто неможливим без інструментів та різноманітних засобів ІТ, починаючи від таких знайомих всім та здавалось би простих Word та Excel.

Є одна ідея, яка є простою, але надзвичайно важливою для розуміння. Який найголовніший ресурс визначає успіх та розвиток компаній? Багато хто відповість гроші, кількість інвестицій і так далі. Але насправді — час. Звісно, кількість інвестицій також грають важливу роль. Все це реалізується за допомогою інформаційних технологій. По-перше, тому що вони економлять час, а по-друге, ведуть до нововведення. За ними інновації, за ними майбутнє суспільства.

Перш за все, технології не лише продовжують автоматизувати численні процеси, тим самим підвищуючи продуктивність компаній, зберігаючи час, бо дозволяють використовувати менше ресурсів. Таким чином стає можливим не лише прискорення діяльності, а й обслуговування більшої кількості клієнтів чи споживачів. Інформаційні технології також дозволяють легко зберігати великі об’єми інформації, зберігаючи при цьому цілісність цієї інформації. Крім цього, вони дають можливість краще зберігати конфіденційну інформацію, обмеживши доступ до неї.

Не має значення, йде мова про давно існуючі компанії, чи стартапи, які знаходяться на стадії становлення, розвиток та посилення їх позицій можливий завдяки ІТ. Найкращим прикладом цього стала Кремнієва долина, що являє собою не просто регіон у штаті Каліфорнія, а справжню столицю інформаційних технологій, але так було не завжди. Вихідці зі Стенфордського університету довели всьому світові, що за інформаційними технологіями — майбутнє. Сталося це тоді, коли вони заснували такі компанії як Hewlett-Packard, Apple, Facebook,

Google та інші, які стали неймовірно розповсюдженими корпораціями, без яких зараз важко уявити життя.

Кремнієва долина завдяки IT, продовжує дивувати світ не лише своїми інноваціями, а й кількістю компаній, яким вдається залучати інвестиції для реалізації своїх проектів. Головним є впровадження в будь-який бізнес технологій, які будуть прискорювати діяльність та покращувати її ефективність. Існує багато IT-інструментів, які допомагають співробітникам взаємодіяти між собою та доносити свої ідеї до інших, а це в свою чергу може допомогти в процесі прийняття інноваційних рішень.

Отже, інформаційні технології ведуть за собою інновації та прогрес, дають змогу компаніям розвиватися надзвичайно швидкими темпами і ставати привабливими для інвесторів. Підприємцям потрібно впроваджувати у свій бізнес корисні засоби та інструменти розроблені IT-фахівцями, або фінансувати розроблення. Деякі фахівці кажуть, що без інформаційних технологій компанія може протриматись три роки, але більшість переконані в тому, що в наш час без них взагалі ніяк не обійтися, і це правда.

Література:

1. Що таке інформаційні технології [Електронний ресурс]. — Електронні дані — Режим доступу: http://apeps.kpi.ua/shcho-take-informatsiini-technologii/en, вільний.

2. Information technology (IT) for business [Електронний ресурс]. — Електронні дані — Режим доступу: https://www.business.qld.gov.au/running-business/it, вільний.

3. Як влаштована IT-столиця світу [Електронний ресурс]. — Відео — Режим доступу: https://www.youtube.com/watch?v=9lO06Zxhu88, вільний.

Сахно О. Р.
(ф-т міжнародної економіки і менеджменту, І курс)

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ІНСТРУМЕНТИ В МАРКЕТИНГУ НА ПРИКЛАДІ CRM СИСТЕМИ

Сьогодні світ не обходиться без сучасних технологій. Вони необхідні нам майже у кожній сфері життя. Ведення бізнесу стає прибутковим завдяки прогресу технологій, автоматичних інструментів розвитку будь-якої фірми. Наприклад, CRM система, яка може спрощувати та вдосконалювати роботу багатьох секторів підприємства. Концепція Customer Relationship Management (скорочено CRM) означає, що розрізнені інструменти ведення бізнесу об'єднуються в налагоджену систему. Замість табличок Excel, окремих месенджерів, та багатьох документів залишається єдиний сервіс. Сервіс складається з програм для збору даних про клієнтів, управління угодами, контролю за менеджерами, аналітики і прогнозування. Він спрощує рутину, прискорює прийняття правильних рішень і виключає помилки. Головна перевага CRM — це можливість залучення нових клієнтів, збільшення обсягу продажу, підвищення прибутку на 40–50 %, зниження витрат і прискорення обробки заявок у 2 чи більше разів.

Однією з найпопулярніших можливостей CRM системи є робота CRM-маркетингу, що охоплює маркетингові комунікації, побудовані на використанні унікальних знань про наявних і потенційних споживачів. На сьогоднішній час ключова мета CRM-маркетингу — відстеження і зміна споживчої поведінки в потрібному векторі, базуючись на зібраних унікальних дані про кожного конкретного споживача. Кінцевий продукт CRM-маркетингу — максимально персоналізоване повідомлення для споживача, побудоване з урахуванням знання про попередні покупки, переваги або активності.

CRM-маркетинг створює бізнес-процес, що складається з чітко виокремлених блоків роботи, які виконують певні завдання CRM-маркетингу:

- створення CRM-стратегії (визначення загального підходу до сегментації, комунікації та мотивації) і CRM-політик (тактичний документ, який в деталях описує набір даних, бізнес-правила, тригери, мотиваційну програму і т.д.);
- збір та обробка даних споживачів;
- автоматичний аналіз профілів користувачів і застосування бізнес-логіки;

- формування та надсилання повідомлення споживачам за допомогою загальних або персоналізованих інструментів. Це повідомлення має виконувати певні бізнес-цілі (залучення, продаж, інформування) та відповідати інтересам кожного окремого споживача;
- відстеження ефекту від повідомлення і підлаштування системи по зворотному зв'язку.

CRM-маркетинг налаштований на унікальні знання про споживачів, а саме збір і зберігання цих знань відповідно до певних маркетингових бізнес цілей. Це досягається в наступних активностях CRM: накопичувальні бонусні та знижкові програми лояльності для кінцевих споживачів; промокомпанії, які передбачають адресне звернення до певного сегмента клієнтів, знижкові компанії (персональне надання та накопичення знижок) та багато інших.

Важливо розуміти, що CRM система підходить не кожному підприємству. CRM-маркетинг показує найвищу ефективність за умов, якщо:
- у підприємства дуже велика кількість кінцевих клієнтів або споживачів, що практично виключає можливість персональної роботу з ними через менеджерів;
- підприємство має можливість збирати інформацію про своїх клієнтів;
- цінність клієнта, виражена, як сума всіх його покупок за одиницю часу, або за весь життєвий цикл.

Слід зазначити сфери, у яких CRM системи використовуються найчастіше. Зазвичай, це сфера послуг, компанії-виробники продукції, IT-компанії, сфера фінансів та інші.

З роками CRM система еволюціонувала від каталогу візиток до сучасного цифрового CMS-сервісу, створеного виключно для управління продажами і маркетингом. Темпи розвитку CRM вражають, можна лише уявити, якою потужністю буде володіти система через декілька років. Отже, CRM — це не лише система, яка сьогодні активно використовується підприємцями з усього світу, це система майбутнього. Вдосконалення функцій та можливостей CRM призведе до максимізації розширення економічної діяльності кожного підприємства, залучення ще більшої кількості клієнтів, підвищення прибутку та значного зменшення витрат.

Література:

1. Что такое CRM-маркетинг (ключевые вопросы) [Електронний ресурс] // RUWARD. — 2016. — Режим доступу до ресурсу: https://ruward.ru/crm-marketing-2016/crm-faq/.
2. The top trends shaping CRM in 2018 [Електронний ресурс] // MarketingTech. — 2018. — Режим доступу до ресурсу: https://marketingtechnews.net/news/2018/sep/11/top-trends-shaping-crm-2018/.

ЮРИДИЧНИЙ ІНСТИТУТ

ПЛАТФОРМА 1
ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ТА ЗАРУБІЖНОЇ КОНСТИТУЦІОНАЛІСТИКИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Білостоцька С.
Юридичний інститут, 1 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
Університет імені Вадима Гетьмана
Науковий керівник — к.ю.н., доцент кафедри конституційного
та муніципального права Рудь Ю. М.

ДОКТРИНА КОНСТИТУЦІЙНОГО ПАТРІОТИЗМУ В КОНТЕКСТІ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ МІЖДЕРЖАВНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Із посиленням інтеграційних процесів в Україні все більша увага приділяється зарубіжному досвіду синтезування національного і міжнародного законодавства, налагодження тісного співробітництва та взаємозалежності європейських держав. Адаптаційні процеси є предметом дискусій багатьох науковців у контексті визначення механізмів і форм європейської інтеграції на локальному та державному рівні, використання ліберальних інструментів інтеграції або ж радикального впливу на економічну і політичну сферу діяльності держав. У міру прогресивного розвитку міждержавної інтеграції в Україні розпочався новий етап конституційних перетворень, що ґрунтується на принципах верховенства (supremacy), прямої дії (direct effect) та першочерговому застосуванні (primacy). Європейська інтеграція звернула увагу на актуальність питання наднаціональності у праві як результату передачі частини повноважень держави наднаціональним інститутам Європейського Союзу в процесі становлення глобального права та недопущення унілатералізму у взаємовідносинах держав-членів.

Мета дослідження полягає в аналізі доктрини конституційного патріотизму як форми колективної ідентифікації українського суспільства у процесі європейської інтеграції. Актуальність зумовлена інтенсивною імплементацією внутрішньодержавних процесів та здійснення правових реформ на шляху реалізації державної стратегії зі вступу до Європейського Союзу.

Дану проблематику досліджувало ряд вітчизняних і зарубіжних вчених: Ю.Волошин, О.В. Батанов, О.М. Бориславська, Н.М. Крестовська, Д. Вайлер, Л. Ентін, А. фон Богданди, В.Мюллер, З. Бжезінський. Нормативну основу становить чинне законодавство України з інтеграції України до Європейського Союзу та правові акти ЄС.

Концепція конституційного патріотизму — сукупність ідей, які визначають зосередження політичної прихильності в нормах, цінностях та, опосередковано, в процедурах ліберально-демократичних конституцій [6]. Політичні теоретики прагнуть відкинути концепцію конституційного патріотизму, ґрунтуючись на двох основних причинах. З одного боку, конституційний патріотизм — розуміється як постнаціональна, універсальна форма демократичної політичної вірності — як абстрактної якості. З іншого боку, загальнолюдські конституційні цінності при перенесенні в умови конкретної країни, набувають певні індивідуальні риси, тому не варто говорити про повну відмову від ідеї політичної нації [7].

Ідея конституційного патріотизму зародилася в післявоєнній Німеччині як рефлексія на наслідки нацизму через необхідність колективної відповідальності німців за злочини і забезпечення, так званого, «Gemeinsamkeit» — єдності, спільних дій. Конституційний патріотизм відрізняється від ліберального націоналізму лише тим, що був розроблений у Західній Німеччині і з помітно історичних причин. Це поняття ввів в обіг Дольф Штернбергер в своїй праці «Конституційний патріотизм. Політична філософія Німеччини». В інтерпретації Габермаса конституційний патріотизм вимагає політичної лояльності від громадян по відношенню до конституційних рамок, проте не передбачає представлення культурних відмінностей в одному котлі [1, с. 226–228]. Сьогодні ця доктрина часто використовується для подолання політичної неприхильності у мультикультурних державах, є джерелом політичної згуртованості у суспільствах постконфліктних держав без легітиматизації влади незаконним шляхом. Більш того, концепція конституційного патріотизму була висунута як форма політичної інтеграції на наднаціональному рівні.

Наднаціональність у праві є результатом передачі частини суверенних повноважень держави наднаціональним інститутам, прикладом чого слугує Європейський Союз. Використан-

ня міждержавного підходу при визначенні сутності інтеграції дає можливість розглядати державу як ключовий центр прийняття рішень, який функціонує на засадах національного інтересу [2]. Вчення ліберального демократизму визначає, що внутрішньодержавні процеси мають вплив на національні інтереси, а саме: боротьба між елітами та групами інтересів; тобто динаміка внутрішньополітичних настроїв та процесів визначає кількість делегованих повноважень на наднаціональний рівень.

На сучасному етапі у науковій літературі виділяють ряд завдань міждержавної інтеграції: актуальність, реалістичність, ресурсна забезпеченість, зв'язаність нормами внутрішньодержавного й міжнародного права й моралі. Таким чином, можна виділити основні ознаки наднаціональності: а) принцип пріоритету права наднаціональних організацій; б) наявність певних делегованих повноважень у наднаціональних організаціях, на підставі яких ухвалюються рішення за принципом більшості; в) міжнародно-правовий механізм утворення наднаціонального права та конституційно-адміністративний механізм утілення рішень наднаціональних організацій; г) багаторівневий конституціоналізм, який ґрунтується на субсидіарності, децентралізації влади та вирівнювання розвитку регіонів [2].

Наднаціональність в контексті глобалізації доповнює доктрина конституційного патріотизму як гарант конституційної ідентичності й обмеженого впливу авторитарних і популістських тенденцій на національне право, формування правил у рамках обмеженого правління та недопущення тоталітарних практик у майбутньому.

Доктрина конституційного патріотизму поряд із доктриною обороноздатної демократії служить інтелектуальною пересторогою щодо небезпеки приходу популістів до влади, як правого, так і лівого спрямування. Цим самим конституційний патріотизм пояснює, яким чином універсальні конституційні цінності діють у національному правопорядку з точки зору ліберальної демократії [6].

Сучасні конституційні умови та взяття за основу саме етнічних характеристик української нації призводять до виникнення політичної неприхильності та протистояння всередині суспільства. Однією із форм виразу згуртованості етносу є саме конституційний патріотизм, в основу якого німецький філософ і політолог Хабермас поклав критичну теорію переосмислення філософії і соціології та, даючи загальну характеристику інтеграційних процесів, виділив політичний, економічний, військовий, культурний етапи, що і формують доктрину конституційного патріотизму як чинника, що призведе до недопущення повторення встановлення ультраправого режиму із соціал-дарвіністськими настроями. В цьому випадку, саме форма національної ідентичності створює необхідність об'єднання нації в державу і зумовлює подальші зовнішньополітичні процеси у контексті взаємодії держав.

Отже, чи може сама нація виконати свою інтегративну функцію, коли національна держава у внутрішніх справах усвідомлює виклик вибухової сили мультикультурності, а в зовнішніх — тиск із боку проблем глобалізації? [3, с. 168–151].

На сьогодні в Україні ідея конституційного патріотизму пов'язана з необхідністю консолідації громадян навколо конституційних цінностей. Проте формування конституційно-правової доктрини України мало дещо хаотичний характер, порівняно із західними країнами. В рамках процесів міждержавної взаємодії, інтернаціоналізації національних правових систем та глобалізації відбувається певна «ланцюгова реакція» при формуванні інститутів наднаціонального права і наднаціональність визначається як певне обмеження державами власного суверенітету та національної ідентичності. Проте міждержавна інтеграція є можливою лише в тому разі, якщо відбудеться компенсація втрачених повноважень вигодами та національними преференціями.

Доктрина конституційного патріотизму, на прикладі України в європейських інтеграційних тенденціях, не передбачає обмеженості політики внутрішньої єдності, а наднаціональність виступає як засіб забезпечення спільних цінностей і є механізмом міжнародно-правового співробітництва ad hoc.

Аналізуючи Договір про заснування Європейського оборонного співтовариства, Договір про заснування Європейського політичного співтовариства, Договір про функціонування ЄС у Лісабонській редакції, можна дійти висновку, що державам-членам де-факто гарантується незалежність і суверенітет в найважливіших сферах державного управління, а, отже, інтеграційні процеси не набувають абсолютного державного та політичного верховенства над державами Європейського союзу.

Інтегративна наднаціональність Європейського союзу полягає в делегуванні державою на рівень міжнародної організації частини владних повноважень, що є не обмеженням державного суверенітету, а навпаки, одним із його проявів в епоху глобалізації [4].

Отже, підсумовуючи, можна зробити висновок, що концепція конституційного патріотизму є сукупністю положень, що слугують фактором утвердження конституційної ідентичності. У процесі європейської інтеграції конституційний патріотизм як форма колективної ідентифікації українського суспільства набуває все більшої актуальності, адже міжнародно-правове регулювання даного питання включає створення норм наднаціонального права, що імплементуються в українське законодавство та створюють певні юридичні обмеження волі національних суб'єктів права. Проте держави як основні суб'єкти міжнародного права самостійно визначають сфери та ступінь делегування владних повноважень на рівень міжнародної організації для реалізації поставлених перед нею завдань.

Нерідко інститути, наділені наднаціональними повноваженнями, отримавши значну самостійність у прийнятті рішень, намагаються оспорювати суверенні компетенції держав на підставі так званих «дорозумілих повноважень». Зокрема, правотворча діяльність наднаціональних інститутів часто виходить за межі, визначені державами в установчих договорах [4].

Наприклад, згідно Закону України «Про виконання рішень та застосування практики Європейського суду з прав людини» з впровадженням в українське судочинство адміністративної практики європейських стандартів прав людини, спираючись на власну прецедентну практику, Європейський суд з прав людини прагне підвищити ступінь наднаціональності в своїй діяльності. Також юрисдикційний інститут створює нові норми права для держав-членів, що не передбачалося первинним договором, про що свідчить розширення повноважень Європейського співтовариства та розширення компетенції Європейського парламенту.

В цьому випадку, конституційний патріотизм знаходить своє відображення через систему стримування та противаг — впровадження принципу субсидіарності для забезпечення національної ідентичності держав-членів. Таким чином, формування української концепції конституційного патріотизму є одним із важливих аспектів реалізації державної стратегії зі вступу до Європейського Союзу і виступає чинником створення рівноправних договірних відносин між Україною та Європейським співтовариством задля недопущення унілатералізму.

Література:

1. Альтерматт у. Этнонационализм в Европе / у. Альтерматт; пер. с нем. — М.: Российск. гос. гуманит, ун-т, 2000. — 367 с.
2. Волошин Юрій. Конституційне забезпечення європейської міждержавної інтеграції: теоретикометодологічні аспекти. [Елетронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.twirpx.com/file/973437/
3. Габермас Юрген Залучення іншого. Студії з політичної теорії / Ю.Габермас; пер. з нім. — Львів: Астролябія, 2006. — 416 с.
4. Стрєльцова О.В. «Supranational as a phenomenon of modern law» [Елетронний ресурс]. — Режим доступу: http://vjhr.sk/archive/2014_2/29.pdf.
5. Maduro M. Interpreting European Law: Judicial Adjudication in a Context of Constitutional Pluralism / M. Maduro // European Journal of Legal Studies. — 2007.
6. Müller Jan-Werner Constitutional patriotism: An introduction [Елетронний ресурс]. — Режим доступу: https://press.princeton.edu/books/hardcover/9780691118598/constitutional-patriotism.
7. Mu¨ller Jan-Werner On the Origins of Constitutional Patriotism [Елетронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.princeton.edu/~jmueller/CPT-CP-Origins-JWMueller.pdf.

Болтян І. С.
«Правознавство», Юридичний інститут, 1 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.ю.н., доцент кафедри конституційного і муніципального права Сагайдак Ю. В.

ІНСТИТУТ ВІДКЛИКАННЯ НАРОДНОГО ДЕПУТАТА В КОНСТИТУЦІЙНОМУ ПРАВІ УКРАЇНИ

Згідно зі статтею 6 Конституції України, влада в Україні поділяється на законодавчу виконавчу і судову. Законодавча влада за статтею 75 Конституції представлена єдиним органом — Верховною Радою України, що складається з 450 народних депутатів [1]. Принцип розподілу влади, зазначений в Основному Законі, може існувати лише за умови наявності механізму стримувань і противаг. Прикладом таких «важелів» є імпічмент з боку ВРУ до Президе-

нта України; право розпуску ВРУ Президентом України у визначених умовах та інші механізми. В конституційному праві зарубіжних країн практикується ще один механізм стримувань і противаг — інститут відкликання народного депутата.

Метою цієї роботи є визначити статус цього інституту в українському законодавстві. Зважаючи на захищеність депутатів нормами українського законодавства, вони нерідко зловживають своїми повноваженнями, а тому було б важливо дослідити питання відкликання недобросовісного депутата як вид конституційної відповідальності. Серед методів я використовував загальнофілософські методи: а) діалектичний — так як процес законотворчості тісно пов'язаний з основними напрямками діяльності держави і потрібно знати, що аналізувати, який закон обрати; б) історичний метод — тому що в роботі аналізується не лише теперішнє законодавство, а й ті документи які втратили чинність. Також я використав загальнонаукові методи: а)систематичний — у роботі я використав положення не лише конституційного права України, а й конституційного права зарубіжних країн, тому вони розглядаються як одна єдина система.

При пошуках нормативної документації відкликання народного депутата можна знайти Закон України «Про відкликання народного депутата України», але цей закон втратив чинність, адже він діяв на підставі статті 96 Конституції УРСР (народний депутат України, який не виправдав довір'я виборців, може бути в будь-який час відкликаний ними), яка втратила чинність з прийняттям Конституції України 28 червня 1996 року [2]. Цікаво проаналізувати деякі положення цього нечинного Закону. Право порушувати питання про відкликання народного депутата України належить виключно виборцям відповідного виборчого округу — це положення має дію лише за мажоритарною або змішаною системою, адже депутат вибирається з певного округу і його виборці можуть відкликати його, але стаття 133 Виборчого Кодексу України визначила лише пропорційну виборчу систему за партійними списками, а тому таке положення в нашому законодавстві буде мертвою нормою[3]. Проведення процедури відкликання є компетенцією Центральної виборчої комісії — впринципі це положення не суперечить українському законодавстві. Далі в законі йдуть процедурні норми, суть яких полягає у організації повторного голосування на окрузі за відкликання депутата чи проти цього. Наслідком того, що більшість виборців проголосують за відкликання будуть припинення повноважень даного народного депутата і довибори до ВРУ — питання довиборів регулюється Виборчим Кодексом України, а припинення повноважень у Конституції та Законі України «Про статус народного депутата». Зважаючи на те, що закон втратив чинність ми можемо взяти деякі положення з цього закону, що не суперечать теперішньому законодавству [4].

Надалі до ВРУ було подано декілька законопроектів, що мали б регулювати це питання. Найбільш вдалий з огляду на юридичну техніку був Проект Закону України «Про відкликання народного депутата України» (реєстр. N1032 від 27.11.2014 р.). Закон не був прийнятий і, аналізуючи положення, можна зрозуміти, що проект закону був написаний на основі попереднього закону, деякі положення якого я вище аналізував, але вже базуються на оновленому (на той час) українському законодавстві. У законопроекті передбачено, що підставами для відкликання виборцями народного депутата України є «порушення депутатом положень Конституції та законів України; пропуск народним депутатом України протягом року більше половини пленарних засідань Верховної Ради України або/та її органів, до складу яких його обрано; систематичне невиконання депутатських обов'язків,; невідповідність практичної діяльності депутата основним принципам і положенням його передвиборної програми чи передвиборної програми партії, за списком якої його обрано; використання депутатського мандата в особистих чи корисливих цілях; неособисте голосування на засіданні Верховної Ради України» — підстави визначені тут складенні на основі чинного законодавства, тому питань до них не виникає. Як і раніше право порушувати питання про відкликання народного депутата належить виборцям. Процедура відкликання народних депутатів, обраних у загальнодержавному виборчому окрузі, прописана більш чітко в законопроекті — також відбувається за ініціативою виборців і передбачає, що ініціативна група щодо відкликання народного депутата України, обраного у загальнодержавному виборчому окрузі, має зібрати не менше 100 тисяч підписів виборців — змінено голосування в окрузі на збір підписів, і це вже не суперечить Виборчому Кодексу з пропорційною системою, адже треба зібрати підписи в загальнодержавному окрузі, а не в тому з якого обирався депутат. Після цього Центральна виборча комісія направляє звернення до Верховної Ради України щодо розгляду пропозиції виборців про відкликання народного депутата України, обраного у загальнодержавному виборчому окрузі. Рішення про відкликання народного депутата України приймається у десятиденний строк за поданням Комітету, до компетенції якого входять питання депутатської етики, більшістю від конституційного складу Верховної Ради України [5].

Фактично, вище проаналізовані документи пропонують імперативний мандат, але сучасний парламентаризм будується на концепції вільного мандату. Конституція України не містить прямої вказівки щодо характеру парламентського мандату, проте аналіз її положень дозволяє дійти висновку, що мандат народного депутата України не має імперативного характеру [6]. Зокрема, згідно зі статтею 81 Конституції України повноваження народних депутатів України припиняються одночасно з припиненням повноважень Верховної Ради України (частина 1), а серед підстав дострокового припинення повноважень народних депутатів України (частина 2) немає такої підстави, як відкликання виборцями [1]. З аналізу конституційного регулювання статусу парламентарів зарубіжних країн можна зробити висновок про закріплення різних складових вільного мандату у конституціях більш ніж двадцяти п'яти європейських країн, оскільки ці європейські конституції містять вказівку на ті чи інші елементи вільного мандату. Наприклад, у Конституціях Ісландії (ст. 48), Польщі (ст. 104), Словацької Республіки (ст. 73), Чеської Республіки (ст. 26), Австрійської Республіки (ст. 56) зазначається, що депутати парламенту не пов'язані будь-якими наказами чи інструкціями. Ряд конституцій акцентує увагу на тому, що депутати парламенту є представниками держави, нації в цілому (ст. 152 Конституції Португалії) та не можуть бути відкликані виборцями [7].

В конституційному праві зарубіжних країн передбачене відкликання депутатів на місцевому рівні, наприклад в США у 18 штатах, у Швецарії в 5 кантонах. На загальнодержавному рівні такий інститут впроваджений у ФРН, там уряди земель мають право відкликати своїх депутатів із Бундесрату (Верхньої палати)[7]. В Україні з процесом децентралізації було запроваджено таке право на місцевому рівні за Законом України «Про статус депутатів місцевих рад».

Висновок: Отже, проаналізувавши українське законодавство, ми визначили, що у нас є підгрунття для впровадження цього інституту в українське право, але все ж таки Конституція України в деякому сенсі забороняє відкликати народного депутата.

Та й сучасна концепція конституціоналізму вже давно від такого відмовилась, зважаючи на те що наш український конституціоналізм також будується на ній.

Перед тим як впровадити такий інститут, потрібно запитати: «А це взагалі демократично?». Адже цей інститут передбачає впровадження імперативного мандату, що притаманне недемократичним тоталітарно-авторитарним державам — КНДР, Кубі, В'єтнамі. Стаття 1 нашого Основного Закону вказує нам на демократичну, правову, соціальну державу, а тому інститут відкликання народного депутата за таких умов не може бути впроваджений.

Література:

1. Конституція України, Конституція, Закон від 28.06.1996 № 254к/96-ВР.
2. Конституція УРСР, Конституція, Закон від 20.04.1978 № 888-IX — Втрата чинності від 28.06.1996, підстава — 254/96-ВР.
3. Виборчий кодекс України Кодекс України; Закон, Кодекс від 19.12.2019 № 396-IX.
4. Про відкликання народного депутата України Закон України від 19.10.1995 № 396/95-ВР. Втрата чинності від 07.08.2001, підстава — 2328-III.
5. Проект Закону України «Про відкликання народного депутата України» (реєстр. № 1032 від 27.11.2014 р.).
6. Конституційне право України : навч. посіб. / Л. В. Міхневич, А. М. Шморгун, О. І. Марушко, О. М. Рудь ; М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана». — Київ : КНЕУ, 2015. (226–241 ст).
7. Конституційне право зарубіжних країн (Загальна частина) : навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. / Л. В. Міхневич ; М-во освіти і науки України, Київ. нац. екон. ун-т.- К. : КНЕУ, 2005. (93–105 ст).

Гаєвський В. С.
«Приватне право», 5 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівний — к.ю.н., доцент кафедри
конституційного та муніципального права Сагайдак Ю. В.

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТНК В КОНТЕКСТІ ЗАХИСТУ ЕКОНОМІЧНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

В умовах глобалізаційних тенденцій сьогодення транснаціональні корпорації складають основу економік найрозвиненіших країн світу, більше того, вони є наймогутнішими суб'єктами світового господарства.

Економічна діяльність таких компаній прямо впливає на розвиток економіки країни (як країни базування материнської компанії, так і країн, де розміщені філії). Це зумовлює необхідність комплексного аналізу та оцінки всіх аспектів їх функціонування та дозволяє вибірково стимулювати чи обмежувати можливості використання ТНК відповідних стратегій для досягнення бажаного макроекономічного ефекту відповідно до стратегічних пріоритетів держави.

Глобальні процеси в межах світового ринку зачіпають різні галузі, де домінують транснаціональні корпорації (далі — ТНК). На сьогоднішні тема взаємин держави із ТНК для України є досить актуальною, оскільки інтегруючи до світового співтовариства, нашій державі потрібно зайняти певну позицію та виробити механізм взаємодії. Також, інвестиції ТНК можуть слугувати джерелом заповнення дефіциту зведеного платіжного балансу України, який постійно зростає.

В Україні функціонують іноземні ТНК, які з'явилися на початку 90-х років. Перш за все вони спрямували діяльність на головні сегменти ринку: товари повсякденного попиту, продукти харчування, бензин, тютюнові вироби, де позиції національних виробників були найбільш слабкими. У період перерозподілу капіталу в Україну вітчизняний бізнес практично віддав іноземцям тютюнову промисловість, частину ринку безалкогольної продукції, пива, ринок реклами, телекомунікацій.

ТНК умовно розділилися щодо місцевого бізнесу на дві великі групи: компанії, які не мають достатньо реальних конкурентів серед місцевої промисловості, і корпорації, чиї інтереси прямо торкаються багатьох українських підприємств.

Але реально конкурують між собою лише українські виробники, в той час як позиції транснаціональних корпорацій на ринку в більшості випадків залишаються непорушними. По-перше, ТНК можуть собі дозволити нести збитки в окремо взятому регіоні за рахунок компенсації зростання доходів в інших іноземних філіях. По-друге, транснаціональні корпорації забезпечують собі потужний юридичний і політичний імунітет проти особливостей ведення бізнесу в Україні. По-третє, у них безперечні переваги в маркетингу і величезні рекламні можливості. Найчастіше українські компанії лише копіюють у конкурентів зі світовим ім'ям оригінальні ідеї з просування товару.

Вітчизняні акціонерні товариства не відповідають рівню публічних корпорацій розвинутих країн світу, які характеризуються високим рівнем прозорості та узгодження інтересів усіх учасників корпоративного управління. Натомість вони характеризуються низьким рівнем участі представників інституційних інвесторів в органах управління.

Виходячи на український ринок, діяльність ТНК підпадає під регулювання таких законів України: «Про зовнішньоекономічну діяльність», «Про підприємництво», «Про інвестиційну діяльність», «Про державну програму заохочення іноземних інвестицій», «Про оподаткування прибутку підприємств» «Про загальні засади створення і функціонування спеціальних (вільних) економічних зон», «Про режим іноземного інвестування». Проте в цьому переліку відсутній закон, який би регулював саме діяльність ТНК на території України. Створення такого спеціального закону надзвичайно важливе, оскільки перелічені закони регулюють діяльність ТНК лише опосередковано. Більше того, в них відсутня норма-дифініція поняття «ТНК», «дочірнє підприємство ТНК», «філія ТНК», що, у свою чергу, унеможливлює проведення якісного статистичного аналізу наслідків діяльності на території України, оскільки серед статистичних даних зазначені поняття не позиціонуються як окремі елементи.

Таким чином, потребує розробки законодавчий акт, який би визначав чіткі правила поведінки ТНК на території України, враховував особливості розвитку секторів промисловості, тобто зазначав ті, що потребують іноземних капіталовкладень, та ті, для яких слід обмежити обсяг іноземних інвестицій. При цьому важливим є також встановлення таких норм регулювання діяльності ТНК, які б не заважали розвитку інвестиційного клімату в Україні. Крім того, враховуючи той факт, що в Україні, на жаль, найголовнішими факторами, що заважають веденню бізнесу, за даними глобального Індексу конкурентоспроможності (ВЕФ), є: корупція, політична нестабільність, доступ до фінансування, урядова нестабільність, урядова бюрократія, інфляція, ставки податків та податкова політика, то правила поведінки для ТНК мають бути чіткими та простими, як і система їх оподаткування. Серед проблем законодавчого регулювання діяльності ТНК також слід відзначити характер статистичної звітності, яка відзначається вченими як неефективна у зв'язку тим, що статистичні дані щодо показників зовнішньої торгівлі, розроблені в Україні, значно відрізняються від аналогічних показників, що наводяться її зарубіжними партнерами, в тому числі ТНК. Тому, також важливими завданнями є вдосконалення національної системи статистичної звітності, розробка та впровадження системи узгоджених показників щодо діяльності ТНК в Україні.

Тому, стратегічне завдання держави повинно полягати у сприянні концентрації фінансового, промислового й інтелектуального капіталу на пріоритетних напрямах та створенні конкурентоздатних фінансово-промислових корпорацій — національних економічних лідерів. Таким чином, проблеми подальшого розвитку діяльності ТНК в Україні тісно пов'язані з розвитком національної економіки та спроможністю держави здійснювати ефективні макроекономічні реформи в країні. Крім цього, саме від готовності до здійснення макроекономічних реформ в країні залежить її сприйняття в світі, що також є важливим аргументом для стимулювання припливу іноземного капіталу в Україну.

Література:

1. Сорока І.Б. Транснаціональні корпорації та їхня роль у процесі активізації міжнародної інтеграції// Актуальні проблеми економіки. — 2009. — № 9 — С. 35–41.
2. Актуальні проблеми міжнародних відносин: [зб. наук.праць] / Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т міжнар. відносин; [голов. ред. Л. В. Губерський]. — К. : ІМВ КНУ, 1996. — Вип. 90, ч. 2. — 2010. — 170 с.
3. Офіційний сайт Державного комітету статистики України // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua
4. Наукові праці НДФІ: наук. зб. / Науково-дослідний фінансовий ін-т М-ва фінансів України, Академія фінансового управління; [голов. ред. І. Я. Чугунов]. — К.: НДФІ, 1996. — Вип. 1(50). — 2010. — 162 с.
5. Чурилова О.А. Деякі тенденції розвитку транснаціональних корпорацій в Україні / О.А. Чурилова, О.І. Антоненко // Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць. — 2011. — № 1(10).

Гедз Владислава
«Право громадської та політичної діяльності», 1 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к. ю. н., доцент кафедри конституційного та муніципального права Мудра О. М.

ДЕРЖАВНИЙ СУВЕРЕНІТЕТ ЯК ПЕРЕДУМОВА ІСНУВАННЯ ДЕРЖАВИ

Існування самостійної незалежної держави неможливе без існування державного суверенітету. Взаємозв'язок між цими поняттями є настільки тісний, що варто звернути увагу, що ж з'являється перше — держава чи суверенітет?

Актуальність обраної теми полягає у надзвичайній її близькості із сучасними державно-політичними проблемами в Україні, а саме: подіями Революції Гідності, окупацією АР Крим та збройним конфліктом на території Східної України. Тому дане дослідження допоможе підкреслити значущість державного суверенітету та в котрий раз ще раз зверне увагу на важливість цілісності й неподільності єдиної держави.

Метою даного дослідження є підтвердження або ж спростування того факту, що державний суверенітет є передумовою існування держави.

В результаті нашого дослідження ми прагнемо досягнути спільного консенсусу у питанні першості виникнення держави чи суверенітету та підтвердити наше дослідження нормами національного законодавства.

Методологічну основу нашої роботи становили такі методи, як: метод діалектики, метод державно-правового моделювання, метод класифікації та метод узагальнення.

Питання державного суверенітету є досить актуальним та розповсюдженим в процесі державотворення. Значна кількість науковців присвятили свої праці розкриттю даного питання. До кола таких науковців належать: С. Краснер, Я. Кларк, Д. Хелд, Ж. Мере. Щодо праць вітчизняних науковців, то проблематика державного суверенітету проаналізована в дослідженнях В. Гапотія, А. Дмитрієва, І. Коноваленка, Н. Кремень, В. Ліпкана, О. Тюріної, Л. Угрин, М. Фесенка, Т. Якубової та ін. У них досліджено вплив процесів глобалізації та інтеграції на державний суверенітет, національну державу та міжнародну систему.

Аналізуючи дану тему, варто звернутися до нормативно-правового регулювання питання державного суверенітету. Говорячи про Україну, першим нормативно-правовим актом, що мав на меті регулювати питання суверенітету є Декларація про державний суверенітет від 16.07.1990 року. Наступними документами є Акт проголошення незалежності України від 24.08.1991 року та власне Основний Закон Держави — Конституція України, прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради 28.06.1996 року.

Перш за все, досліджуючи питання державного суверенітету, варто зазначити, що державний суверенітет — це політико-юридична властивість державної влади, що полягає в її верховенстві, самостійності, повноті і неподільності на своїй території (внутрішній суверенітет) та рівноправності й незалежності у відносинах з іншими державами (зовнішній суверенітет) [1, с. 30].

Говорячи про шлях виникнення державного суверенітету, необхідно звернути увагу, що вихідним елементом є суверенітет нації, тобто права та спроможності нації визначати основні питання власного життя та розвитку. За національним суверенітетом слідує суверенітет народу, що означає право та спроможність народу бути єдиним джерелом влади в державі. І лише після національного та народного суверенітету з'являється суверенітет держави. Однак це лише теоретичні твердження, тому варто перевірити це на практиці. Відповідно до ст. 1 Конституції України «Україна є суверенна і незалежна, демократична, соціальна, правова держава», ст. 2 Конституції України закріплює, що «суверенітет України поширюється на всю її територію… Територія України в межах існуючого кордону є цілісною і недоторканною». Ст. 5 Конституції України закріплює саме народний суверенітет, адже відповідно до цієї норми «Носієм суверенітету і єдиним джерелом влади в Україні є народ. Народ здійснює владу безпосередньо і через органи державної влади та органи місцевого самоврядування». Щодо національного суверенітету, то ст. 11 Конституції України підтверджує існування в Україні національного суверенітету «Держава сприяє консолідації та розвиткові української нації, її історичної свідомості, традицій і культури, а також розвиткові етнічної, культурної, мовної та релігійної самобутності всіх корінних народів і національних меншин України» [2].

Щодо класифікації державного суверенітету, то як ми вже зазначали у визначенні даного поняття, умовно його можна розділити на зовнішній та внутрішній. Говорячи про зовнішній, необхідно відзначити його притаманні риси, такі як: незалежність (можливість самостійно приймати рішення зовні країни) та рівноправність (наявність у зовнішніх зв'язках таких самих прав та обов'язків, як і в інших державах) [3, с. 36]. З огляду на вище зазначені характерні риси зовнішнього суверенітету, багатьом світовим політичним лідерам варто не забувати про права та інтереси інших держав, задля уникнення міждержавних сутичок.

Якщо аналізувати внутрішній суверенітет, то його характерними рисами є верховенство (відсутність у державі іншої вищої влади, аніж державна), самостійність, повнота (поширення державної влади на всіх) та неподільність (існування державної влади в межах її територій) [4, с. 81]. Усі ці риси є офіційно закріплені у Декларації про державний суверенітет від 16.07.1990 року. Відповідно до даного нормативно-правового акту «Верховна Рада Української РСР, виражаючи волю народу України, прагнучи створити демократичне суспільство, виходячи з потреб всебічного забезпечення прав і свобод людини, шануючи національні права всіх народів, дбаючи про повноцінний політичний, економічний, соціальний і духовний розвиток народу України, визнаючи необхідність побудови правової держави, маючи на меті утвердити суверенітет і самоврядування народу України, ПРОГОЛОШУЄ державний суверенітет України як *верховенство, самостійність, повноту і неподільність влади* Республіки в межах її території та незалежність і рівноправність у зовнішніх зносинах…» [5].

Звертаючись до праць таких науковців, як: М. Вебер, Г. Моргентау, Р. Арон, К. Уолт, Г. Кіссінджер, А. Уолферс, — усі вони стверджували, що держава є головним актором, а державний суверенітет — її визначальною ознакою, пов'язаною з використанням сили [6, с. 154]. Говорячи про державу, ми уявляємо політико-територіальну організацію суспільства, яка вже володіє суверенітетом, спеціальним апаратом управління та примусу і здатна своїм велінням надавати загальнообов'язкової сили для усього населення країни. Тобто ми помічаємо, щоб виділити певне державне утворення, воно повинне містити суверенітет. Важливо ще раз підкреслити й те, що визначення «суверенітету» є досить комплексним поняттям, яке є, зокрема, фундаментом самої держави, забезпечуючи таку ідентифікуючу ознаку як населення (об'єднання націй у народ, що становить основу населення держави).

З огляду на вище сказані твердження, ми вважаю, що все ж таки першим з'являється суверенітет у своєму першоначальному вигляді, а саме як національний суверенітет. Об'єднуючись нації утворюють народний суверенітет, і лише внаслідок удосконалення сус-

пільства ми отримуємо унікальне явище — державний суверенітет, що свідчить про виокремлення нового державного утворення.

Важливість збереження існування цілісності та недоторканості державного суверенітету полягає у збережені самоідентифікуючої ознаки, яка вирізняє те чи інше утворення як державне. Тому необхідно зауважити, що дотримуючись норм чинного законодавства, які регулюють питання державного суверенітету, ми зможемо зберегти нашу державу суверенною, цілісною й недоторканою та уникнути багатьох збройно-політичних виступів.

Література:

1. Теорія держави і права: навч. посіб. / за ред. Л. М. Стрельбицької. Національна академія Служби безпеки України. Київ: Кондор, 2016. 329 с.
2. Конституція України: Закон України від 28.06.1996 р. № 254к/96. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр (дата звернення: 06.04.2020).
3. Теорія держави і права: навч. посіб./ за ред. С.Д. Гусарєва. М-во внутрішніх справ України, Національна академія внутрішніх справ. Київ: Освіта України, 2017. 316 с.
4. Загальна теорія держави і права: підручник/ за ред. М.В.Цвіка. М-во освіти і науки України, Національна юридична академія України імені Ярослава Мудрого. Харків: «Право», 2009. 583 с.
5. Декларація про державний суверенітет України від 16.07.1990 р. № 55-XII URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/55-12 (дата звернення: 06.04.2020).
6. Кременець Т. Еволюція поглядів на державний суверенітет. *Політичний менеджмент.* 2004. № 1. — С. 153–162.

Каліновська М. М.
«Правознавство», 1 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.ю.н., доцент, завідувач кафедри конституційного та муніципального права Міхневич Л. В.

КОМПЕТЕНЦІЯ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ

Формування ефективного місцевого самоврядування є одним з ключових моментів реформи децентралізації в Україні. На депутатів місцевих рад покладається величезна відповідальність. Вони повинні бути добре обізнаними не лише з нормами конкретних законів, що регулюють їх діяльність, а ще й розуміти систему місцевого самоврядування, роль та вплив різних інституцій, що є досить таки актуальним питанням. Адже, саме від цього в майбутньому залежить результативність виконання покладених на них завдань. Тому, важливим є питання визначення та розмежування компетенції органів публічної влади для здійснення ефективної діяльності.

Тож метою роботи є визначення та аналіз основних сфер компетенції органів місцевого самоврядування в умовах децентралізації та проблем розмежування і здійснення повноважень органами публічної влади.

Методологічну основу дослідження склали як загальнонаукові, так і спеціально-юридичні методи пізнання та обґрунтування сутності соціально-правових явищ та інститутів (методи системного аналізу, діалектичного розгляду явищ, подій і процесів, аналізу, синтезу, індукції, дедукції, формально-юридичний, порівняльно-правовий методи та метод державно-правового моделювання.

У сфері наукових пошуків загальні проблеми компетенції органів місцевого самоврядування представленні в дослідженнях та публікаціях політологів, юристів, соціологів та інших фахівців. Питання компетенції публічних органів було в полі зору таких вчених: М. Корнієнка, С. Майстро, В. Куйбіди, О. Руденка, С. Саханенко, Ю. Шарова, В. Авер'янова, О. Батанова, К. Ващенка, І. Голосніченка, В. Кампо.

Насамперед зазначимо, що відповідно до ст. 5 Конституції України єдиним джерелом влади в Україні є народ. Народ здійснює владу безпосередньо і через органи державної влади та органи місцевого самоврядування [1]. В такий спосіб Конституція України закріплює існування двох систем органів: органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування,

на які покладені управлінські функції в межах і відповідно до своїх повноважень. Втім повноваження між ними не розподілені належним чином. Так, відповідно до ст. 14 Закону України «Про місцеві державні адміністрації», місцеві органи виконавчої влади можуть здійснювати повноваження органів місцевого самоврядування, у разі делегування їх відповідними радами [2]. Така ж норма міститься і в Законі України «Про місцеве самоврядування в Україні», як наслідок, відбувається дублювання повноважень, надмірна централізація влади, безпідставне делегування повноважень органів виконавчої влади органам місцевого самоврядування або навпаки повноважень органів місцевого самоврядування органам виконавчої влади чи іншим органам місцевого самоврядування [3]. Всі ці фактори ускладнюють систему управління та призводять до виникнення конкуруючої компетенції, коли кожен орган хоче перебрати на себе якнайбільше повноважень. І як результат — зменшення ефективності вирішення місцевих справ та використання надмірних фінансових ресурсів.

Для усунення даної проблеми необхідне чітке визначення розподілу функцій та повноважень між органами державної влади та органами місцевого самоврядування, а також варто закріпити норми, які б регулювали питання здійснення контролю за виконанням делегованих повноважень та відповідальність за їх порушення.

Аналізуючи розподіл повноважень органів місцевого самоврядування, варто зазначити, що набір та зміст цих функцій залежить від декількох обставин. По-перше, вони значною мірою визначаються за рівнем територіальної організації. Адже, якщо ми говоримо про регіональні органи місцевого самоврядування, то вони мають значно більше як повноважень, так і коштів задля їх реалізації. По-друге, важливу роль в функціонуванні місцевого самоврядування відіграє і рівень економічного розвитку тієї чи іншої території. Так, досягнення потрібних цілей неможливе без достатнього фінансового забезпечення, необхідних джерел для наповнення місцевих бюджетів, а також сприятливих умов для залучення інвестицій та розвитку підприємництва всередині громади. По-третє, сама система управління, що існує в державі значно впливає на функції, які в майбутньому будуть реалізовані територіальними громадами.

Так, за рівнем територіальної організації визначають: регіональні та базові органи місцевого самоврядування. Нерозв'язаним та складним залишається питання компетенції органів місцевого самоврядування на регіональному рівні, яке представлене, насамперед районними та обласними радами, що не мають своїх виконавчих структур. Таким чином, комплексні програми розвитку, районні та обласні бюджети, рішення рад з інших питань виконуються відповідними органами місцевої державної адміністрації, які не належать до державної виконавчої влади і радам не підпорядковані, а лише їм підзвітні та підконтрольні в частині делегованих радами повноважень. Дана модель функціонування місцевого самоврядування на регіональному рівні не відповідає ратифікованій Україною Європейській хартії місцевого самоврядування, а також немає аналогів у світі [4].

Натомість на базовому рівні існує інша проблема. Будучи єдиним представницьким органом територіальної громади, міська рада позбавлена можливості ефективно здійснювати свої функції та повноваження. Перш за все, це пов'язано з відсутністю достатнього впливу ради. Адже, її виконавчі органи, а також міський голова підконтрольні органам виконавчої влади вищого рівня, та звітуються саме перед ними, хоча й утворені міською радою. Варто зазначити, що щоденна влада зосереджена саме у руках голови. Він має широку компетенцію у здійсненні своїх повноважень, що передбачено в ст. 42 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні». Так, міський голова маючи суперечки з депутатами може призупинити рішення виконкому, що не завжди є виправданим.

Підсумовуючи все вищесказане, питання компетенції органів місцевого самоврядування залишається невирішеним та потребує доопрацювання. Численні прогалини та колізії вимагають розмежування сфери відання між окремими органами виконавчої влади та місцевого самоврядування. Окрім цього, на різних рівнях територіальної організації ми бачимо невизначеність компетенції органів місцевого самоврядування та виконавчої влади. Таким чином, недосконалість законодавства призводить до серйозних конфліктів та неефективності здійснення управлінської діяльності, тому для досягнення позитивних результатів, насамперед слід створити необхідну правову базу. Для того, щоб вирішити проблему щодо розподілу повноважень на територіальному рівні організації місцевого самоврядування, за потрібне буде створити виконавчі органи районних та обласних рад. Варто зазначити, що питання недосконалого визначення компетенції органів місцевого самоврядування є не єдиною перепоною на шляху децентралізації, проте, вирішивши її, ми зможемо ефективніше впроваджувати реформу в життя громад [5].

Література:

1. Конституція України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР // Відомості Верховної Ради України(ВВР).
2. Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» від 21.05.1997 № 280/97-ВР // Відомості Верховної Ради України(ВВР).
3. Закон України «Про місцеві державні адміністрації» від 02.04.2020 // Відомості Верховної Ради України(ВВР).
4. Проблеми правового регулювання місцевого самоврядування в Україні. URL: https://lexinform.com.ua/dumka-eksperta/problemy-pravovogo-regulyuvannya-mistsevogo-samovryaduvannya-v-ukrayini/.
5. Шульга І.Л. «Інституційні зміни в діяльності місцевих державних адміністрацій в контексті проведення адміністративної реформи в Україні». 2012. № 4. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Duur_2012_4_8.

Левицький М. О.
«Правознавство», 1 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.ю.н., доцент, завідувач кафедри конституційного та муніципального права Міхневич Л. В.

МІСЦЕВЕ САМОВРЯДУВАННЯ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ ВЛАДИ В УКРАЇНІ

Децентралізація влади є одним з найбільших інструментів реформування галузі місцевого самоуправління в Україні. Саме децентралізація створила певне підґрунтя для формування нових способів та методів впливу громадян на життя своєї країни. Ба більше, завдяки створенню нової системи розподілу владних повноважень між центральними та місцевими органами влади в Україні сьогодні фактично формується нова система взаємовідносин між різними гілками влади та новий баланс стримувань і противаг.

Мета даного дослідження полягає у визначенні ролі місцевого самоврядування в системі влади, спираючись як на вже здійснені кроки, що реформують дану галузь управління, так і на заплановані реформи, які ще не було впроваджено, але буде введено в дію найближчим часом.

Актуальність даного дослідження полягає у тому, що саме зараз відбувається активне зростання зацікавленості населення у здійснені влади, формується нове громадянське суспільство, що прагне до спрощення життя через простоту здійснення функцій управління. В таких умовах, вплив місцевого самоуправління стає визначальним, адже є базовою формою здійснення влади громадянами.

У дослідженні використовувались такі загальнонаукові методи: емпіричного дослідження (порівняння і опис), теоретичного пізнання (формалізація, аксіоматичний метод), загальнологічні (аналіз, синтез, ідеалізація, узагальнення), а також спеціально-юридичні методи: формально-юридичний, порівняльно-правовий.

Питання ролі та функцій місцевого самоврядування вже не один раз ставало предметом досліджень таких науковців, як: Ж.А. Белец, О.В. Білоуса, О. І. Васильєва, Я.А. Жаліла, В. С. Куйбіда, А. П. Лелеченко, В.В. Романова, А. Ф. Ткачук, О.В. Шевченко та багатьох інших. Вони характеризували місцеве самоврядування, зокрема, в політичному, соціально-економічному, географічному аспектах та з боку здійснення державного управління. Проте, в даній роботі пропонується детальніше зупинитися саме на правовому питанні реформування місцевого самоврядування.

Насамперед, варто зауважити, що під поняттям децентралізація влади розуміється процес передачі владних повноважень та бюджетних надходжень від органів державної влади до місцевого самоуправління. Таким чином, можна зрозуміти саму суть реформування місцевого самоврядування — наділення його реальними повноваженнями «на місці», створенні можливостей швидко та прозоро вирішувати питання громади без вказівки центральних органів влади. Динамічний рух дана реформа отримала після Євромайдану, коли стало зрозуміло, що люди прагнуть брати активну участь у керівництві державою на абсолютно всіх рівнях, від свого будинку до президентської посади.

Формування інституту місцевого самоуправління бере свій початок від прийняття в рамках Європейської хартії місцевого самоврядування Концепції реформи місцевого самовряду-

вання та територіальної організації органів влади 1.04.2014 р. Цією концепцією було закладено основи реформування, його пріоритетні напрямки та цілі. Згодом, прийняття законів «Про співробітництво територіальних громад», «Про добровільне об'єднання територіальних громад» та змін до Бюджетного і Податкового кодексів дозволило дати офіційний старт широкій реформі.

Дана реформа відбувається у декілька етапів, аби зменшити наслідки переходу повноважень та запобігти утворенню проґалин в законодавстві, спричинених даною трансформацією.

Першим етапом (2014-2018) було досягнуто таких успіхів:

- Створення 882 ОТГ(що об'єднали між собою 4043 громади);
- Збільшення надходжень до місцевих бюджетів до 234 млрд грн;
- Створення 767 опорних шкіл та 1229 їхніх філій;
- Побудова 517 амбулаторій у селах та забезпечення їх 513 автомобілями.

Досягнення цих показників стало можливим завдяки прийняттю змін до Конституції України та іншими, вже зазначеними, законами та поправками, а також, що є найголовнішим, завдяки волі громадян.

Попри очевидні досягнення, науковці виділяють й проблеми, які досі не розв'язані. Наприклад, Я.А. Жаліло зазначає, що попри чіткі кроки влади, спрямовані на досягнення економічної самостійності громад, все одно існує проблема ненаповненості локальних бюджетів та неспроможність локальних економік покривати власні витрати.

Ще однією проблемою стала певна неузгодженість нормативно-правового та політичного аспектів реформи. З-поміж іншого, найбільше це стосується процесу утворення спроможних громад. Певні політичні маніпуляції несуть наслідки у вигляді несформованості громад. До того ж, наразі триває обговорення законопроекту «Про внесення змін до Закону України «Про добровільне об'єднання територіальних громад», який покликаний обмежити можливість сіл та селищ утворювати об'єднані територіальні громади, та дозволити їм лише приєднуватися до утворених містами ОТГ. Такі перетворення не тільки не сприяють пришвидшенню процесу децентралізації, а навпаки, навіть сповільнюють її.

Серед основних впроваджень, що мають бути зроблені під час другого етапу, вже можна виділити прийняття наприкінці 2019 р. Виборчого кодексу, що дозволило створити новий механізм проведення місцевих виборів. До того ж, планується змінити компетенцію та повноваження місцевих державних адміністрацій, які буде перетворено на префектури, при цьому їхні повноваження буде зменшено до ролі контролю законності діяльності органів місцевого самоврядування.

У підсумку, можна сказати, що місцеве самоврядування відіграє дуже важливу роль у реформі децентралізації влади. Завдяки збільшенню впливовості органів самоуправління стане можливим досягнення як економічної стабільності (за рахунок утворення сильних та стійких економічних одиниць, так і розвиненого громадянського суспільства, яке живе за законами ефективного та доцільного ресурсовикористання, що надасть потужний поштовх до розвитку технологій та промисловості.

Для досягнення даних цілей варто не відхилятися від обраного напрямку реформи, а навпаки, поглибити його діяльність шляхом впровадження потрібних законів (зокрема внесення змін до законів «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про державні адміністрації»), перерозподілу ресурсів громад, збільшення державної підтримки та залучення населення до управління.

Література:

1. Конституція України: Закон України від 28.06.1996 № 254к/96. URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр (дата звернення 03.05.2020)

2. Лелеченко А. П., Васильєва О. І., Куйбіда В. С., Ткачук А. Ф. Місцеве самоврядування в умовах децентралізації повноважень: навч. посіб. Київ: 2017. 110 с.

3. Децентралізація влади: порядок денний на середньострокову перспективу. Аналітична доповідь. Авт.: Жаліло Я.А., Шевченко О.В., Романова В.В. та ін. Національний інститут стратегічних досліджень. К.: 2019. 115 с.

Жабчик Д. Ю.
«Міжнародне право», 1 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.ю.н., доцент, доцент кафедри теорії та історії права Шаркова І. М.

ВІДКРИТТЯ РИНКУ ЗЕМЛІ ЯК ІННОВАЦІЯ ВІТЧИЗНЯНОГО ЗАКОНОДАВСТВА: ІСТОРИЧНА ТА ПОРІВНЯЛЬНА ІНТЕРПРЕТАЦІЯ БАЗОВИХ ПОНЯТЬ

Постановка проблеми. Введення ринкового обігу сільськогосподарських земель в Україні сьогодні визначається як одне з першочергових завдань на шляху наближення вітчизняного законодавства до міжнародних стандартів. Цей крок вважатиметься завершенням земельної реформи, яка розпочалась більше 20 років тому і гальмується мораторієм на продаж земельних ділянок сільськогосподарського призначення. Відкриття ринку землі сьогодні постає для українців як нове і невідоме явище, але чи дійсно це так? Щодо цього існує багато дискусій серед науковців. В першу чергу варто з'ясувати, що мається на увазі під поняттям «ринок землі», адже це дозволить прослідкувати сутність цього явища, та ступінь його новизни для України. Саме тому **метою** цієї роботи є встановлення змісту терміну «ринок землі» та його інноваційності на основі зіставлення сучасних базових понять з історичними та іноземними аналогами.

Методи дослідження. Основою дослідження є діалектичний метод пізнання. Для досягнення поставленої мети застосовувалися такі методи дослідження: порівняння, абстрактно-логічний, історичний.

Огляд фахової літератури. Серед науковців, які досліджували історію виникнення та становлення ринку землі в Україні, його проблеми та перспективи, особливості, підходи до інтерпретації як юридичної категорії слід виділити Найдича Н. М. [1], Носіка В. В. [2], Петлюка Ю. С. [3], Сірка А. В. [1], Шарафутдінову Н. В. [4], Шкатулу В. П. [5].

Вивченню досвіду правового регулювання земельних відносин у зарубіжних державах та можливості його запозичення для розвитку ринку земель в Україні свої роботи присвятили Балян А. В. [6], Дроздюк Т. М. [7], Кірейцева О. В. [8], Ходаківська О. В. [9]. Проте інноваційність ринку землі та сутність його базових понять комплексно не досліджувались.

Виклад основного матеріалу. Для з'ясування змістовного наповнення терміносистеми «ринок землі» перш за все варто проаналізувати такі базові поняття, як «право власності на землю», «земельна ділянка» як об'єкт ринку землі та «покупець землі» як один із ключових суб'єктів.

Ринок землі ґрунтується на основі приватної власності на землю, яка включає в себе 3 правомочності: володіння, користування та розпорядження. Впровадження такого ринку передбачає можливість стати повноправним власником земельної ділянки не лише внаслідок прийняття спадщини, укладання договорів дарування, міни, а ще й за угодою купівлі-продажу. Право приватного землеволодіння українці здобули під час Столипінської аграрної реформи 1906–1910 рр., хоча в частині України, що входила до складу Австро-Угорщини, це відбулося ще раніше — в 1860- 1914 роках. Внаслідок цього вперше українці змогли купити землю, попри те, що поодинокі випадки купівлі-продажу земельних ділянок прослідковуються з часів Київської Русі. Якщо порівнювати набуття права власності на земельні ділянки сільськогосподарського призначення в інших державах, де ринок землі вже запроваджений, то в більшості країн, включаючи Німеччину, Польщу, Росію, це здійснюється шляхом продажу, спадкування, дарування, обміну тощо.

Об'єктом ринку земель є земельна ділянка сільськогосподарського призначення. У Цивільному кодексі Польщі [10] таку землю називають «аграрною нерухомістю» («nieruchomościami rolnymi») або «аграрними ґрунтами» («gruntami rolnymi»), тобто така ділянка, яка є або може бути використана для ведення виробничої діяльності в землеробстві в сфері рослинної і звіриної продукції, не вимикаючи садової, плодівницької і рибної продукції. У законодавстві Німеччини це поняття трактується так: «Земля, що використовується в сільськогосподарському господарстві («Landwirtschaftlich genutzte Grundflächen») — це ділянки для видобутку всіх видів сільськогосподарських культур, скошених, випасних земель та

невикористаних площ у галузі сільського господарства» [11]. У законодавстві України [13] та Росії [14] відсутнє трактування потрібного нам поняття, натомість є лише тлумачення терміна «земельна ділянка як об'єкт права власності», яке в обох країнах визначено подібно і становить собою частину земної поверхні з установленими межами, певним місцем розташування та визначеними щодо неї правами. З точки зору історії України, земельна ділянка як товар ринкового обігу існувала в період Столипінської реформи у формі «відрубу» (ділянки без садиби) або «хутору» (ділянки із садибою), а за часів Скоропадського мала назву просто «земельна ділянка», «земля».

Важливим елементом ринку землі є його суб'єкти. Особливу увагу варто приділити покупцям — особам, які можуть отримати право власності на землю. В Німеччині немає жодних обмежень для фізичних та юридичних осіб, а також іноземців, на відміну від Польщі. Тут після реформи 2016 р. власником може бути лише тільки держава, релігійні об'єднання і фермери, громадяни Польщі та іноземці обкладені рядом вимог. У Росії землі сільськогосподарського призначення дозволено купувати будь-якій фізичній особі, яка є громадянином Росії і юридичній особі, якою володіє громадян Росії. Іноземці мають обмежені права. В Україні з 1 липня 2020 р. передбачається продаж земель лише фізичним особам, а з 2024 року юридичним особам, які засновані громадянами України безпосередньо, державі та територіальним громадам. Щодо іноземців, то вони зможуть купувати земельні ділянки тільки за умови схвалення на референдумі. В історії України право власності на землю під час Столипінської реформи могли набувати фізичні особи (найчастіше селяни), громади, держава, а за відновлення права власності на землю в період існування Української держави та правління П. Скоропадського це право надавалось ще й козакам.

Висновок. Отже, порівнявши зміст понять, які визначають ринок землі (в історичному українському вимірі і сучасній порівняльній інтерпретації), можна сказати, що введення ринкового обігу земельних ділянок сільськогосподарського призначення звичайно є інновацією з огляду на сучасні земельні відносини в Україні, однак його не можна вважати абсолютно новим поняттям. Подібна практика існувала ще під час Столипінської аграрної реформи 1906–1910 рр. і за правління П. Скоропадського 1918 р. При чому ці регулювання ринкових земельних відносин мають багато спільних рис із сучасними зарубіжними моделями, оскільки:

1) право власності на землю можна було здобути шляхом купівлі-продажу, спадкування, дарування, обміну, як і зараз;

2) земельна ділянка має майже однакове значення і являє собою частину земної поверхні з визначеними межами, призначену для ведення господарства;

3) власниками землі можуть стати фізичні та юридичні особи, держава, а історії України відомі ще такі суб'єкти як козаки, громади. Щодо іноземців, то як раніше, так і сьогодні в більшості держав існують певні обмеження.

Тому при всій, на перший погляд, новизні земельної реформи в Україні, варто використати досвід країни в минулому та практику інших держав, де такий ринок функціонує, беручи до уваги геополітичні та економічні особливості нашої держави, для побудови власної ефективної моделі ринку землі.

Література:

1. Сірко А. В., Найдич Н. М. Ринок землі та роль держави: історія і сьогодення // Актуальні проблеми економіки. — 2012. — № 4. — С. 62–70.
2. Носік В. В. Конституційно-правові засади формування ринку землі / В. В. Носік // Землевпорядний вісник. — 1997. — No 1. — С. 11–13.
3. Петлюк Ю. С. Юридична категорія «ринок земель»: сучасні підходи до інтерпретації // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія : Право. — 2014. — Вип. 197(1). — С. 142–146.
4. Шарафутдінова Н. В. Стан розвитку ринку землі в Україні / Н. В. Ша- рафутдінова // Землеустрій і кадастр. — 2004. — No 1–2. — С. 92–97.
5. Шкатула В. П. Проблеми становлення ринку земель в Україні / В. П. Шкатула // Право як ефективний суспільний регулятор : матеріали міжнар. наук.-практ. конференції (м. Львів, 15–16 лютого 2013 р.): у 2-х ч. — Львів : Західноукраїнська організація «Центр правничих ініціатив», 2013. — Ч. II. — С. 102–103.
6. Балян А. В. Земельні реформи у постсоціалістичних країнах Східної Європи / А. В. Балян // Економіка АПК. — 2001. — No 11. — С. 115–118.

7. Дроздюк Т. М. Правове регулювання ринку земель: світовий досвід та його використання для розвитку ринку земель в Україні / Т. М. Дроздюк // Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 18 : Економіка і право. — 2015. — Вип. 27. — С. 238–244.

8. Кірейцева О. В. Іноземний досвід формування земельного ринку / О. В. Кірейцева // Економіка АПК. — 2011. — No 10. — С. 174–178.

9. Ходаківська О. В. Ринок земель сільськогосподарського призначення в країнах ЄС: можливості використання досвіду в Україні / О. В. Ходаківська // Економіка АПК. — 2012. — No 5. — С. 30–36.

10. Kodeks cywilny/Dz.U.2019.0.1145 t.j. — Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. — Kodeks cywilny // [Електронний ресурс] — Режим доступу: https://www.arslege.pl/kodeks-cywilny/k9/

11. Bundesrecht konsolidiert: Gesamte Rechtsvorschrift für Benützungsarten-Nutzungen-Verordnung, Fassung vom 03.05.2020 // [Електронний ресурс] — Режим доступу: https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=20006750

12. Bürgerliches Gesetzbuch // [Електронний ресурс] — Режим доступу: https://www.gesetze-im-internet.de/bgb/

13.Земельний кодекс України в редакції Закону України від 13 березня 1992 р. // Відомості Верховної Ради України. — 1992. — № 25. — Ст. 35.

14.Земельный кодекс Российской Федерации от 25.10.2001 N 136-ФЗ/ (ред. от 18.03.2020) / [Електронний ресурс] — Режим доступу: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_33773/

15. Пиріг Р. Я. Земельна реформа Павла Скоропадського: німецький вплив // Український селянин: Зб. наук. пр. — Черкаси, 2008. — Вип. 11. — С. 9–15. — Бібліогр.: 28 назв. — укр.

Мазоха М. П.
«Міжнародна економіка», 1 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.ю.н., професор кафедри теорії та історії права Мачуський В. В.

CYBERCRIME OF THE FUTURE TODAY: RANSOMWARE ATTACKS

It is an undeniable fact that cybercrime and, in particular, ransomware attacks are a real threat to network users, what confirms the **relevance** of this issue. At the same time, the main threat is that not only regular users of the network are harmed, but also large companies whose activities are impossible without modern technology, computers and data storage on the Internet. This has interested us as researchers, so in the process of writing, based on the analysis of available materials, we identified the main types of virus and investigated the measures that should be taken in case you are the victim of an attack, as well as the measures taken by the government to protect citizens from cyber-fraud.

The purpose of the given work is to carry out the research of the given type of a computer virus, spheres of its influence, the most scale cases of application of the given program and definition of methods of protection against similar threats.

The relevance of the topic is due to the constant expansion of the spheres of application of modern technology in all spheres of human life, the emergence of new requirements of mankind to computers and technical safety in connection with the development of this area.

In the course of the research, the following **tasks** were performed: analysis of sources on the subject, identification of types of ransomware attacks on the basis of the conducted research, development of algorithms of protection against the given threat with the application of various methods and programs and search of rules for the regulation of their activity in the legal sphere.

Writing this work would have been impossible without the use of such research **methods**: the **analysis** was necessary for the processing of material on the topic, the **system approach** was used to clearly structure the results of the study, the **comparison** was used to isolate the necessary information from the general array, on the basis of which the **classification** of types of ransomware attacks was made.

A **review of the literature** on the topic showed that ransomware attacks by hackers pose a very high threat because of their serious training and profit orientation. Such attacks have clear goals, a specific plan of action and the attackers use the most modern and effective tools to implement them. Through a sophisticated attack, attackers gain global administrator rights and full control over their IT infrastructure. For an organization, this can result in business stoppages, financial losses, and

reputational risks. Also particularly important for writing this work was an analysis of the Law № 2163-VIII "On the basic principles of cybersecurity in Ukraine".

Especially important during the research was the **report «CryptoLock (and Drop It): Stopping Ransomware Attacks on User Data»**, jointly written by 4 American scientists (Nolen Scaife, Henry Carter, Patrick Traynor, Kevin R.B. Butler). In this report, the threats posed by virus attacks were discussed in particular detail, and the methods for combating this problem were clearly structured. In this paper, scientists presented the program «CryptoDrop», an early-warning detection system that alerts a user during suspicious file activity.

The topic of our research is quite extensive, but, based on the tasks set, we were able to solve some aspects of the problem and get certain **results** of our research.

The world's first computer took up a whole room. Since its creation, one generation of people and thousands of models have changed. Today, a personal computer is a familiar and actually necessary thing. It is in it are stored terabytes of personal information and other work data. And hackers have learned how to evaluate such data in cryptographic software.

Currently, most ransomware attacks are aimed at stealing or compromising user credentials, which hackers use to spread to other PCs and servers in the organization while collecting other credentials and increasing their rights.

Back in 1989, with the advent of the first ransomware virus, network security became a rather shaky concept. Over the years, extortionist hackers created new viruses and more and more attacks were successful. Attacks by extortionists of all kinds have become a real threat over this long period of time.

Therefore, in order to create an algorithm of actions and methods that will allow you to secure your activities in the network, we have investigated this issue and presented this list of actions in the third chapter.

Thus, after the work carried out, we can say that nowadays the very concept of cybersecurity has become much broader. Our country is taking steps towards the legal designation of the cyber threat and the legal regulation of this sphere. We cannot overlook the hacker attacks of this type, because ransomware attacks are a real threat to the modern world. However, we must realize that if we follow a simple algorithm, it is certainly possible to protect ourselves from such attacks.

References:

1. Nolen Scaife, Henry Carter, Patrick Traynor, Kevin R.B. Butler. CryptoLock (and Drop It): Stopping Ransomware Attacks on User Data. In IEEE 36th International Conference on Distributed Computing Systems, 2016.

2. X. Chen, J. Andersen, Z. M. Mao, M. Bailey, J. Nazario. Towards an understanding of anti-virtualization and anti-debugging behavior in modern malware. In IEEE International Conference on Dependable Systems and Networks, 2008.

3. Your money or your data**.** URL: https://www.economist.com/international/2015/01/15/your-money-or-your-data, The Economist, Jan 17th 2015.

4. Law № 2163-VIII «On the basic principles of cybersecurity in Ukraine, 2017.

Полюхович Х. І.
Право, 1 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.ю.н., професор кафедри теорії та історії права Риндюк В.І.

ОСОБЛИВОСТІ ПРАВОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Вступ. Правова система є фундаментальною категорією юриспруденції. Наразі правова система України перебуває на стадії реформування державних інститутів та адаптації правової системи до європейського права. Продовжується створення абсолютно нової правової системи суверенної незалежної демократичної держави Цей процес вимушений будуватися прискорено і активно, на відміну від країн, де такий своєрідний перехід здійснювався поступово та еволюційно. В ідеалі це повинно відбуватися, з одного боку, з урахуванням сучасних

глобалізаційних процесів, а з іншого — з повагою до власних самобутніх особливостей і тенденцій розвитку. В умовах комплексної трансформації правова система усе більше орієнтується на міжнародні стандарти, проте і в нашій системі права, і в нашій пересічній та професійній правосвідомості зберігається значна кількість стереотипів, які залишилися ще від радянської соціалістичної правової системи, що зумовлює двоїсте ставлення до різних правових інститутів Питання щодо характеристики правової системи та її особливостей є мало дослідженим так, як перші ґрунтовні підходи до розуміння правової системи (і то ці дослідження відбувались тільки в межах радянської юридичної науки!) були сформульовані лише у 1987 році. [1–5]

Визначення основних особливостей правової системи України є дуже важливою та актуальною проблемою для досліджень адже саме ці риси будуть впливати на спрямованість інтеграції України та подальший розвиток держави. Отож метою постане визначення змісту національної правової системи України як правового явища, а також вирішення питань щодо можливості трансформації вітчизняної правової системи, зважаючи на зближення національного права із європейською правовою системою.

Методи дослідження. Для досягнення зазначеної мети в роботі використано сукупність методів і прийомів наукового пізнання. Метод логічного узагальнення застосовано для обґрунтування важливості поставленої мети. За допомогою методології системного аналізу і синтезу було проведено дослідження підходів до формування вітчизняної правової системи. Метод теоретичного узагальнення, групування та порівняння використано для вивчення особливостей правової системи.

Огляд фахової літератури. Правова система України, окремі аспекти її функціонування були предметом наукових досліджень таких українських вчених, як: В. Д. Бабкіна, С. В. Бобровник, А. П. Зайця, О. В. Зайчука, М. І. Козюбри, А. М. Колодія, В. В. Копейчикова, В. О. Котюка, Л. А. Луць, Б. В. Малишева, Н. М. Оніщенко, В. Ф. Опришка, М. Ф. Орзіха, В. Ф. Погорілка, П. М. Рабіновича, В. М. Селіванова, О. Ф. Скакун та ін. Значний внесок у дослідження правової системи зробили такі російські дослідники, як: С. С. Алексєєв, В. К. Бабаєв, О. М. Васильєв, В. М. Карташов, Д. А. Керімов, В. М. Кудрявцев, О. В. Малько, М. М. Марченко, М. І. Матузов, Ю. О. Тихомиров, Л. С. Явич та ін. Важливими є також дослідження таких зарубіжних вчених, як: П. Арчер, А. Барак, У. Блекстоун, Р. Давід, А. Деннінг, У. Джелдарт, Е. Дженкс, Ф. Джеймс, А. Кіралфі, Р. Кросс, Х. Стіфан, Р. Уолкер, Х. Харт, А. Хайєк та ін.

Однак і досі у вітчизняному науковому середовищі немає одностайності з приводу змісту національної правової системи. Всю багатоманітність поглядів на склад правової системи, які з початку 1980-х рр. було висловлено в юридичній літературі, можна розділити на дві групи. Прихильники першого підходу пропонують лише приблизний, невичерпний перелік елементів правової системи. Така позиція базується на розумінні правової системи в якості комплексу всіх правових явищ певного суспільства. Таким чином, склад її елементів може бути настільки широкий, наскільки це дозволятиме чіткість або нечіткість обраного критерію відмежування правових явищ від неправових (або частково правових). Прихильники другого підходу надають вичерпні переліки частин правової системи, але, на жаль, при цьому не вказують на покладений в основу цього відбору об'єднуючий чинник, унаслідок чого згадані переліки, як правило, виглядають досить спірно. [4–5]

Результати дослідження. Правова система України — це цілісна, структурно впорядкована за допомогою джерел права та інших юридичних засобів стійка взаємодія суб'єктів національного права, що забезпечує досягнення належного правопорядку як необхідної умови функціонування та розвитку українського суспільства. Українська правова система формувалася у складних умовах за відсутності державної незалежності протягом значних періодів її історії, під впливом різних правових і суспільних концепцій, зумовлених геополітичним положенням України. Проте самобутність вітчизняної правової системи. [3]

Самобутність вітчизняної правової системи зумовлена такими історичними обставинами: [2]

1) Генетичним зв'язкам з Руською Правдою адже цей акт, що став першою кодифікацією звичаєвого права Київської Русі та є відправним пунктом вітчизняної правової традиції;

2) Впливом польсько-литовського права. Відбувався великий вплив на розвиток права, що грунтувався наданням литовськими і польськими королями та князями українській шляхті, міщанству і духовенству, а пізніше козацтву «привілеїв» на права та вольності;

3) Дією Магдебурзького права на території України (XШ–XVIII ст.), яке є одним із найбільш відомих систем міського права;

4) Державно-правовим досвідом періоду Гетьманщини (Війська Запорізького), який був утілений у політичних програмах гетьманів та їх державотворчій практиці. Важливими для цієї сфери були «пакти й Конституції законів та вольностей Війська Запорізького» Пилипа Орлика 1710 р.;

5) Перебуванням українських земель протягом XVIII–XX ст. у складі різних державних утворень (Російська імперія, Австро-Угорщина, Польща та ін.), завдяки чому українська правова система зазнала впливу різних правових традицій та правових систем;

6) Державно-правовим досвідом періоду української революції (1917–1921 рр.),

який втілено у правових актах Центральної Ради, УНР, ЗУНР, української держави гетьмана П. Скоропадського, Директорії, УСРР;

7) Існуванням Української РСР у складі Радянського Союзу, що дало підставу для віднесення українського права до правових систем соціалістичного типу;

8) Формуванням правової системи незалежної України. Умови для її створення з'явилися після проголошення Декларації про державний суверенітет 1990 р. і Акта про незалежність України 1991 р. Важливе значення для формування незалежної правової системи мало прийняття у 1996 р. Конституції України, яка зафіксувала правові засади її подальшого економічного, політичного та соціально-культурного розвитку, накреслила основні шляхи реформування її правової системи.

Проаналізувавши наукові джерела, можна виокремити основні особливості правової системи України: [1–7]

1) Тяжіння до романо-германської правової сім'ї, що зумовлює наявність таких притаманних цій сім'ї рис, як домінування нормативно-правових актів у системі джерел права, кодифікація, поділ права на приватне і публічне та ін.;

2) Перехідний тип, що обумовлений соціалістичним минулим України і офіційно проголошеним курсом на демократичну, правову державність, верховенство права;

3) Євроінтеграційний вектор розвитку, що зумовлює зближення національного права України з європейським правом. У 1995 р. Україна стала членом Ради Європи, взяла на себе зобов'язання щодо реформування правової системи і впровадження європейських стандартів. Значний вплив на національну правову систему справляє сприйняття практики Європейського суду з прав людини. Крім того, починаючи з 90-х рр. XX ст. відбувається адаптація законодавства України до законодавства Європейського Союзу;

4) Імплементація європейських правових стандартів у правову систему України;

5) Під впливом глобалізації відбуваються вагомі зміни у правовій системі та всіх її підсистемах, вони стосуються більшою чи меншою мірою всіх її елементів (статичних та динамічних), зокрема, спостерігається стрімке і нерівномірне посилення взаємодії та взаємозалежності структурних елементів правової системи між собою.

Висновки і пропозиції. Отже, національне право є достатньо своєрідне та неповторне. Кожна правова система є продуктом історичного розвитку та відображає особливості її історії, економіки, політики, традиції, стереотипи ти національний менталітет народу. Так як українська правова система все більше тяжіє до романо-германської сім'ї, що рекомендовано робити і надалі. Приклад для наслідування — правова система Франції чи Німеччини, де сформувались потужні та перспективні правові системи, в яких велику увагу приділяють юридичній науці та освіті, вважаючи це за найголовніший чинник успішності. Тому Україні на даному етапі розвитку варто приділити увагу вдосконалення знань в юридичній галузі. Також врахування всіх зазначених особливостей та основних тенденцій розвитку країн романсько-германської сім'ї може забезпечити її прогрес.

Література:

1. Дячишин Я. «Основні риси сучасної правової системи України: теоретичні аспекти» — «Інформація і право», № 1(7)/2013.
2. Копиленко О.Л. Україна-Німеччина: погляд на законодавство, шляхи його вдосконалення та зближення в рамках європейського права.
3. Кочубей Л. О. «Ознаки правової системи України як соціальної системи».
4. Степаненко К. В. «Правова система України: вітчизняна правова.

традиція та проблеми трансформації».
5. Тарасов М. Ю. «Характеристика романо-германської правової системи».
6. Хаустова М. Г. «Особливості правової системи України» Право і суспільство. — 2015. — № 6, ч. 3.
7. Електронний ресурс: https://www.wikiwand.com/uk.

Чубко А. В.
«Право», 1 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.ю.н., доцент кафедри теорії та історії права Солопенко В. В.

ОКРЕМІ АСПЕКТИ ПОГЛЯДІВ ТА УЧЕНЬ КИТАЙСЬКИХ ФІЛОСОФІВ ПРО ПРАВО ТА ДЕРЖАВУ

Вступ. Вчення китайських філософів посідає чільне місце не тільки у минулому, але й на сучасному етапі розвитку історії права та держави. Одним із неоцінених аспектів є те як ці вчення змогли встановити чітку роль правового становища особи, функціонування загальноосновних правил поведінки, та подальший вплив на формування держави.

Китайська цивілізація має дуже давнє походження та бере свій початок ще з V тисячоліття до Різдва Христового. Ще до утворення філософської думки про функціонування держави та законів існувало уявлення про правила поведінки, які згодом знайшли своє відображення в взаємовідносинах між людьми. Відтак саме закони природи і створили додержавний лад в Піднебесній.

Методи дослідження. Методологічну основу тез доповіді становлять загальнонаукові методи пізнання, зокрема такі, як: історичний метод дослідження, порівняльний та метод доктринального аналізу, що сприяв критичному осмисленню існуючих підходів до розуміння на погляди та вчення китайських філософів про право та державу.

Огляд фахової літератури. Окреслені питання досліджували у своїх працях такі науковці: Т.Г. Андрусяк, К.І. Батир, Н.М. Бевелікова, А.П. Заєць, Д. Кондратенко, З.Г. Лапіна, В.С. Михайлов, В.С. Нерсесянц, Ф.П. Шульженко та багато інших.

Результати дослідження. Традиційний китайський розвиток права знаходився під впливом таких течій як: конфуціанство, моїзм, даосизм та легізм. Хоча ці вчення за своїм баченням дещо різні, але вони мають спільне політичне, філософське застосування, разом з встановленням етикету і моральних норм.

Одним із найвідоміших напрямів стало конфуціанство, що проповідувало ідеальні стосунки між людьми, в сім'ї та державі. Конфуцій був прихильником чіткого ієрархічного розподілу обов'язків між членами суспільства, а основою соціального устрою вбачав у моральному самовдосконаленні індивіда й дотримання норм етикету, влада правителя проголошувалася священною, а метою державного управління — інтереси народу [1].

Важливим втіленням філософа стала ідея «доброзичливого уряду» яка була орієнтована на людей та виступала за «легке покарання і легкий податок», «слухайте уряд у народі», тощо. Конфуціанська політична думка, в основі якої є «доброзичливість» найкраще відображає обов'язки імператора та підданих, діяльність якої регулюється державним апаратом.

На думку Д. Кондратенка, вчення Конфуція розробляло принципи ефективного функціонування бюрократичних структур держави, обґрунтовуючи необхідність їх дотримування всіма членами суспільства. [2, с. 576].

На зміну конфуціанству в Китаї набув поширення в державотворенні вчення — моїзму, утворене Мо цзи у 479-381 роки до н. е. Це вчення протистояло деяким ідеям конфуціанства. Її послідовники заперечували ідею, що доля є визначеною, тому що для них це обезцінювало всю людську працю, тому кожна людина може досягти бажаного не залежно від статусу сім'ї [3, с. 59].

За теорією моїзму передбачається будова суспільного життя за такими ознаками: мудрість, єдність, пацифізм та скромність у всіх її проявах.

На формування давньої політики Китаю велику роль зіграв напрям даосизму, який зародився з V-III ст. до н. е. Головною ідеєю було обмежити повноваження верхівки влади. Імператор виступає в якості невидимого авторитету, до якого народ може за своїм бажанням прислуховуватись, або ж ні. Як зазначає Заєць А. П., даосизм закликав до раціонального законотворення, бо «коли в країні багато заборонних законів, народ стає бідним» [3, с. 58].

Варто критично сприймати наведену тезу, так як заборонні закони відіграють важливу роль в утворені порядку у суспільстві. Наприклад, норми, що містять заборону нанесення тілесних ушкоджень, зазіхання на чуже майно, порушення питань честі, гідності та безпеки — це важливі положення, без яких держава не може існувати та відігравати належну їй роль.

Ще один з філософських та політичних рухів IV–III ст. до н. е. — легізм. Сама назва течії утворена від латинського слова «legis» — закон, що допомагає нам з першого погляду зрозу-

міти головну ідею цієї теорії. В її основі лежить вчення про владу єдиного юридичного закону, який може бути відкоригованим або зміненим тільки самодержавним правителем.

Послідовники легізму возвеличували Закон і рівність всіх громадян перед, так званим, Сином Неба, тобто імператором. Влада повинна була зосереджуватися в руках верховного правителя, а всіх намісників потрібно позбавити правових повноважень, перевівши їх в ранг звичайних чиновників. Верховна влада керувалась принципом «слабкий народ — сильний імператор». Основний метод управління народу, можна назвати твердження «батіг і пряник» — управління засноване на людській меркантильності та пошуку вигоди.

Висновки. Як стверджувала Н. Бевелікова у своїй роботі «Конфуціанство й азіатська модель права», жодна правова система в світі не зазнала такого потужного впливу відразу двох альтернативних філософських учень, як правова система Китаю, в якій політичні догмати конфуціанства і правові концепції легізму стали визначальними чинниками основ розвитку права і механізмів правозастосування [4, с. 150].

Якщо порівняти даосизм з такими напрямами як конфуціанство та моїзм, ми можемо помітити певне послаблення влади з боку імператора. В основі напрямку лежало природнє право, що виступало проти поглядів позитивного права. Ляо-цзи вважав, що законодавство створене людиною і є основним протиставленням вченню дао. Проте, на відміну від згаданих напрямків, в легізмі особливими привілеями володів той, хто проявляв особливу вірність і покірність імператорові.

Література:

1. Основы религиоведения: Учебное издание / под ред. И.Н. Яблокова. Москва: Высш. шк., 1994. 368 с.

2. Кондратенко Д. Співвідношення особистого та суспільного в конфуціянській етиці. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України.* 2008. Вип. 40. С. 576–587.

3. Заєць А.П. Світоглядні основи права Стародавнього Китаю. *Наукові записки НаУКМА. Юридичні науки.* 2019. Т. 3. С. 55–62.

4. Бевелікова Н.М. Конфуціанство й азіатська модель права. *Порівняльне правознавство.* 2012. № 3–4. С. 146–156.

Ярошенко М. В.
«Право», 1 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.ю.н. професор кафедри теорії та історії права Гришко О. М.

ОЗНАКИ ПРАВОВОЇ, СОЦІАЛЬНОЇ ДЕРЖАВИ ТА ЇХ ЗАКРІПЛЕНННЯ В ЗАКОНОДАВСТВІ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ДЕРЖАВ

Вступ. З виникненням держави значна частина суспільства виявилася незадоволеною тим, що соціальний інститут використовувався не в громадських інтересах, що влада застосовувалася не на загальне благо, а в цілях вузького кола осіб. Держава з «слуги» суспільства поступово перетворювалася в його «господаря», пригнічувало його, здійснюючи свавілля. У зв'язку з цим почалося формування ідей про «вищі» форми держави, які існували б на засадах справедливості, рівності, суспільного блага і гуманізму. Суспільство тяжіло до таких ідей з давніх часів, бо саме вони є невід'ємною частиною кожної людини.

Згодом, відомим філософам, правознавцям, таким як: *Д. Локк, Т. Гоббс, І. Кант, Ш. Л. Монтеск'є, А. Сміт; Л. Штайн; Г. Эспинг-Андерсен; К. Оффе; П. Пірсон*, вдалося сформувати основні принципи правової і соціальної держави. Саме завдяки їм суспільство звільнилося від гніту тиранії, безправ'я, зневаги до закону, соціальної несправедливості. Ці ідеї знайшли своє відображення в документах, гарантуючих захист особистих свобод від свавілля влади, серед яких Білль про права 1689 р.; Декларація незалежності США 1776 р. Розвиток цих концепцій на цьому не зупинився, він триває й понині, у всіх частинах земної кулі. Це викликає гостру необхідність у вивченні становлення і розвитку як правової, так і соціальної держави.

Огляд фахової літератури. Окремі аспекти правової та соціальної держави, їх реалізація в законодавстві європейських країн розглядалася такими видатними вітчизняними науковцями, як: *В.Б. Авер'янов, С.П. Головат, В.О. Зайчук, В.М. Кампо, М.І. Козюбра, А.М. Колодій, В, Д. Бабкін, Р. Ф. Гринюк, В. В. Копєйчиков, М. І. Козюбра, Л. С. Мамута, В. П. Милецький, П. М. Рабінович, О. Ф. Скакун, О. В. Скрипнюк, В. Я. Тацій, Г. Ф. Шершеневич, Ю. С. Шемшученко, І. В. Яковюк.*

Методи дослідження. На окремих етапах дослідження використовувалися методи дедукції; індукції; аналізу; синтезу, а також спеціальні методи: техніко-юридичний; історико-правовий (аналіз еволюції соціальної та правової держави); метод системного аналізу (визначення напрямків впливу на громадянське суспільство); формально-юридичний (тлумачення правових норм); порівняльно-правовий метод (дослідження моделей соціальної, правової держави).

Результати дослідження. Концепція правової держави остаточно сформувалася в XIX столітті, і отримавши розробку в німецькому ідеалізмі, стала центром концептуального оформлення лібералізму (А. Сміт, А. де Токвіль, І. Бейт) [6, с. 331].

Саме поняття «*правова держава*» втілює в собі ідеї панування права, рівноправності, справедливості, відсутності поза правового насильства в суспільстві, в першу чергу, з боку держави. Правова держава у всій своїй діяльності підпорядковується праву, тобто, держава не створює право, а тільки надає юридично завершені формулювання, в яких закріплено уявлення про правові цінності. Головною метою вважається забезпечення прав і свобод людини. Для створення правової держави недостатньо одного її проголошення, вона має фактично скластися як система гарантій від безмежного адміністративного втручання, від спроб вдаватися до неконституційних методів здійснення влади.

Необхідно зазначити, що розвинене громадянське суспільство можливе лише у правовій державі, яка має реагувати на його запити й потреби, сприяти його розвитку, запобігати виникненню конфліктів. Правова держава підпорядковує свою діяльність громадянському суспільству і конкретній людині, відповідає перед ними за свою діяльність.

Федеральна Республіка Німеччина (далі — ФРН) є однією з країн, правова система якої наблизилася до принципів правової держави найбільше. У правовій доктрині ФРН панує думка про те, що ні парламентська більшість, ні виборчий корпус у цілому не можуть змінити конституційні принципи правової держави і непорушності прав і свобод людини і громадянина [2, с. 24]. Значущість прав людини в ФРН підтверджує й те, що з розділу про права людини починається Конституція. У пункті 2 статті 20 Основного Закону ФРН проголошено важливий принцип: «Уся влада виходить від народу». На вищому рівні закріплено верховенство Конституції і закону (частина 3 статті 20 Конституції ФРН); систему «стримувань і противаг»; верховенство міжнародного права над національними (стаття 25 Конституції ФРН) [7].

У свою чергу, «*соціальну державу*» необхідно розуміти як таку державу, в якій кожному громадянину в умовах панування ринкової економіки та домінування в суспільстві демократичних процедур гарантується реалізація його соціальних прав; реалізується принцип соціальної справедливості; існує розгалужена система соціального забезпечення і обслуговування; підтримуються незаможні верстви населення.

Утвердження соціальної державності в XX ст. відбувалося з урахуванням національних особливостей, що обумовило виникнення різних її моделей. Основною типологією є система Г. Эспинг-Андерсена (1900 р.), він виділяє ліберальну (або англосаксонську), континентально-європейську (консервативну) і скандинавську (або соціал-демократичну) моделі [3, с. 187].

Вперше соціальна держава, як конституційний принцип, була зафіксована у ст. 20 Конституції ФРН 1949 року [7]. Згодом цей принцип був закріплений і в інших Основних законах, наприклад, ст. 1 Конституції Французької Республіки [5, с. 17]. По-іншому трактується соціальна держава в Конституції Італії 1948 р., відповідно до ст. 2: «Республіка визнає і гарантує невід'ємні права людини і вимагає виконання непорушних обов'язків, що витікають з політичної, економічної і соціальної солідарності» [4, с. 19].

Досягнення такого рівня можливе завдяки проведенню державою ефективної соціальної політики. Особливість соціальної політики розвинених країн полягає в тому, що вона спрямована не лише на захист людини від соціальних ризиків (наприклад, втрати доходу в зв'язку з хворобою, інвалідністю, досягненням пенсійного віку), а й на недопущення занадто різкої матеріальної та соціальної нерівності, забезпечення соціальної підтримки і допомоги; надання абсолютно всім громадянам доступу до якісної охорони здоров'я та освіти.

Так Франція, запозичивши риси німецької і британської моделей соціального забезпечення, встала на шлях побудови соціальної держави ще в 1945–1946 роках. Згодом, закріпивши основні принципи соціальної держави вже в Конституції п'ятої республіки, та проводячи сталу, ефективну соціальну політику прийшла до того, що, на сьогоднішній день, Франція є однією з країн із найрозвиненішим соціальним захистом; за оцінками Всесвітньої організації охорони здоров'я стоїть на першому місці у загальному рівні охорони здоров'я та входить в десятку країн за кількістю дипломованих фахівців.

Важливим аспектом дослідження є визначення співвідношення ознак соціальної та правової держави. Поширеним є підхід, згідно з яким соціальна держава розглядається як продукт еволюції правової [1, с. 52]. На думку багатьох науковців, єдність правової держави із соціальною полягає в тому, що обидві вони покликані забезпечити благо індивіда. Правова держава реалізує індивідуальну свободу і права особи за допомогою встановлення чітких меж державного втручання та гарантій проти тиранії. Соціальна держава забезпечує матеріальні передумови свободи, гідні умови існування кожного. Протиріччя ж між ними виявляється в тому, що правова держава за своїм первісним задумом не повинна втручатися в питання розподілу суспільного багатства, забезпечення матеріального та культурного добробуту.

Висновки і пропозиції. Необхідно зазначити, що стабільна держава — це держава, міцна своїми політичними та правовими зв'язками, які є «цементуючою» основою будь-якого суспільства і створюють надійні передумови для його гармонійного розвитку. І чим справедливіше взаємозв'язки, чим повніше враховуються інтереси, можливості кожного індивіда і суспільства в цілому, тим стабільніше і міцніше буде держава.

У цьому сенсі, передові представники саме європейських держав, в тому числі, Німеччина і Франція, досягли найбільшого успіху. Їм вдалося не тільки досягти високого рівня розвитку законодавства, а ще й сформувати високу правову культуру і правосвідомість в суспільстві. Саме завдяки відданості цим принципам європейським державам вдається досягти сталого розвитку кожної людини, суспільства, держави, правової системи; активного росту економіки, міжнародної та внутрішньої торгівлі.

На сьогоднішній день, наша держава стоїть у витоків становлення правової і соціальної держави. Лише побудова нової, автентичної концепції, яка буде базуватися на передовому досвіді європейських держав і буде адаптована до нинішніх реалій, дозволить досягти успіху у впровадженні цих ідей.

Література:

1. Головащенко О. С. Соціальна та правова держави: аналіз співвідношення моделей. Форум права. — 2010. — № 1. — С. 50–55.
2. Косілова О.І., Федірко І.П. Права і свободи людини і громадянина: концептуальні підходи до диференціації в ФРН та Україні. Інформація і право. №4 (31) / 2019 — С. 20–27.
3. Кресіна І. О., Хома Н. М. Моделі соціальної держави: модернізуючий вплив глобалізації. Публічне право №1 (17) — 2015 — С. 185–196.
4. Шаповал В.М. Конституція Італійської Республіки (з передмовою Володимира Шаповала) / Київ: Москаленко О.М., 2018. — 62 с.
5. Шаповал В.М. Конституція Французької Республіки (з передмовою Володимира Шаповала) / — Київ: Москаленко О.М., 2018. — 56 с.
6. Шинкарук В. І. Філософський енциклопедичний словник — Київ: Інститут філософії імені Григорія Сковороди НАН України : Абрис, 2002. — 751 с.
7. Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland daß das am 8. Mai des Jahres 1949. [Електронний ресурс] URL: http://www.gesetze-im-internet.de/gg/index.html (дата звернення: 28.04.2020).

Лисов Є. М.
«Право», 5 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.ю.н., доцент кафедри підприємницького та корпоративного права Марченко В. Б.

ВИКЛЮЧЕННЯ УЧАСНИКА З ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ ЧЕРЕЗ ЙОГО НЕДОБРОСОВІСНІСТЬ: ОБМЕЖЕНІ МОЖЛИВОСТІ

На сьогодні правове регулювання товариств з обмеженою відповідальністю (надалі — товариства) здійснюється Законом України «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю» від 06.02.2018 року, який набрав чинності 17.06.2018 року [1]. До набрання чинності цього закону діяльність товариств була врегульована Законом України «Про господарські товариства» [2].

Законом України «Про господарські товариства» було врегульовано, зокрема, питання про виключення учасника з товариства, і підставами для його виключення були такі: (1) невнесення частини або повністю своєї частки до статутного капіталу товариства; (2) систематичне невиконання або неналежним чином виконання обов'язків, або перешкоджання своїми діями досягненню цілей товариства (недобросовісність учасника). Рішення про виключення учасника з товариства відповідно до цих підстав могло бути прийняте учасниками, які володіють більш як 50% загальної кількості голосів учасників товариства.

Виключення учасника з товариства в правовій доктрині визначають як санкцію щодо недобросовісного учасника, як спосіб вирішення корпоративного конфлікту [3].

Водночас, однією з новел Закону України «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю» (надалі — Закон) стало зміна підстав для виключення учасника з товариства. Чинними є підстави щодо невнесення учасником свого вкладу до статутного капіталу товариства протягом додаткового строку, наданого відповідно до ч. 1 ст. 15 Закону (п. 1 ч. 2 ст. 15 Закону). Також у разі смерті, оголошення судом безвісно відсутнім або померлим учасника — фізичної особи чи припинення учасника — юридичної особи, частка якого у статутному капіталі товариства становить менше 50 відсотків, та якщо протягом року з дня закінчення строку для прийняття спадщини, встановленого законодавством, спадкоємці (правонаступники) такого учасника не подали заяву про вступ до товариства відповідно до закону, товариство може виключити учасника з товариства (ч.2 ст.23 Закону). Прибрання із законодавства норми про недобросовісність учасника як підстави для його виключення з товариства було зумовлено політикою держави стосовно боротьби з рейдерством. Адже виключення учасника через його недобросовісність на практиці характеризувалося зловживаннями та неправильним розумінням недобросовісності учасника, — а корпоративні права, які учасник має у зв'язку з наявністю в нього вкладу в статутному капіталі товариства, є таким же об'єктом права власності, який потребує захисту з боку держави. Це позитивний аспект новели.

Негативний аспект зазначеної новели полягає ж у такому. В Україні в товариствах склалася практика так, що у разі заснування товариства двома засновниками останні володіють однаковими частками у статутному капіталі («50 на 50»). При цьому учасники не укладають між собою корпоративні договори. Відтак, у ситуації конфліктів та відсутності в учасників згоди щодо шляхів вирішення тих чи інших питань, діяльність товариства може бути заблокована, адже певні рішення можна приймати лише, якщо кількість голосів учасників товариства складає більше 50 відсотків, а не 50 і менше відсотків. Окрім того, є випадки, коли між учасниками немає конфлікту, але один з учасників повністю ігнорує виконання його обов'язків як учасника товариства відповідно до Закону. Такий корпоративний конфлікт називається в іноземній практиці дедлоком (від англ. *deadlock*).

У зв'язку з вищенаведеним виникає проблема врегульованості питання, коли учасник дійсно ігнорує свої обов'язки або зловживає своїми правами (є недобросовісним), але притягнути його до відповідальності неможливо.

Відтак, наявність механізму притягнення учасника до відповідальності у вигляді виключення його з товариства за чинним на сьогодні законодавством є вкрай актуальним пи-

танням. Пошук такого механізму і є метою цього дослідження, а отримані результати дослідження є актуальними для тих учасників, які хочуть захистити свої законні інтереси та порушені права від недобросовісних партнерів.

Для досягнення мети цього дослідження і отримання результатів було використано методи аналізу та узагальнення.

Питання виключення учасника з товариства досліджувалося багатьма науковцями, зокрема, Кузнєцовим А.А. [3], Кузнєцовою Л.В. [4], Кашиною О.В. [5, с. 323]. Аналіз же нових положень Закону, відповідно до яких відповідальність у вигляді виключення учасника з товариства була прибрана із законодавства, залишається поки поза увагою більшості представників доктрини.

Дорошенком Л.М. було проаналізовано питання наявності механізму виключення учасника з товариства відповідно до Закону [6]. Він зазначає, що вирішенням проблеми неврегульованості цього питання може бути внесення змін до законодавства. На його думку, треба доповнити Закон такими підставами для виключення учасника з товариства: (1) систематичне або грубе порушення засновником (учасником) своїх обов'язків; (2) якщо дії учасника унеможливлюють роботу товариства (наприклад, на його вимогу обслуговуючий банк блокує рахунки компанії, за його заявою в правоохоронні органи ними вилучено документи бухгалтерського обліку, техніка і т. п.); (3) за наявності вини в діях такого учасника, наслідком яких стало зупинення роботи товариства [6, с. 49].

На мою думку, наразі вирішенням цієї проблеми може бути звернення учасників, які мають намір виключити учасника з товариства через його недобросовісність, за захистом до суду, оскільки ч. 2 ст. 16 Цивільного кодексу України передбачає невичерпний перелік способів захисту в суді [7].

Наразі судова практика склалася так, що суди формально підходять до позовів про виключення учасника з товариства. Наприклад, у справі №922/1590/17 Верховний Суд у складі колегії суддів Касаційного господарського суду в постанові від 18 квітня 2018 року дійшов висновку, що оскільки прийняття рішення про виключення учасника з господарського товариства законом віднесено до компетенції загальних зборів учасників цих товариств, а не суду, а суд лише перевіряє обґрунтованість та законність прийняття рішення про виключення учасника у разі подання останнім позову про визнання такого рішення недійсним, господарські суди прийшли до правильного висновку про відсутність підстав для задоволення позову про виключення ОСОБА_2 зі складу учасників ТОВ «Харспецсму» [8].

Оптимізму до можливості судової правотворчості у ситуації, коли законодавство обмежує учасників товариства виключати недобросовісного учасника, додає окрема думка судді Верховного Суду О.О. Мамалуй у справі № 922/1590/17 від 18 квітня 2018 року. Суддя зазначив, що господарський суд в Україні може розглядати спір про виключення учасника із товариства з обмеженою відповідальністю і, виходячи з конкретних обставин справи, може ухвалити судове рішення з цього питання. Особливо, коли в товаристві лише два учасники [9].

Отже, наразі виходом із проблемної ситуації є звернення до суду з відповідним позовом та належним обґрунтуванням, але в силу формального підходу суддів ефективним вирішенням будуть законодавчі зміни.

Література:

1. Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю: Закон України від 06.02.2018 року № 2275-19. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2275-19.
2. Про господарські товариства: Закон України від 19.09.1991 року №1576-12. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1576-12.
3. Кузнецов А.А. Исключение участника из общества с ограниченной ответственностью. М.: Статут. 2014. 141 с.
4. Кузнецова Л.В. Исключение участника из общества с ограниченной ответственностью: практика применения действующего законодательства. М.: Юстицинформ. 2008. 160 с.
5. Корпоративне право України: підручник / В.В. Луць, В.А. Васильєва, О.Р. Кібенко, І.В. Спасибо-Фатєєва [та ін.] ; за заг. ред. В.В. Луця. К: Юрінком Інтер. 2010. 384 с.
6. Дорошенко Л.М. Способи усунення дедлока як різновиду корпоративних конфліктів. *Правничий часопис Донецького університету*. 2019. № 1. С. 45–54. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pchdu_2019_1_8.
7. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 року № 435-15. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15.

8. Постанова Верховного Суду у складі колегії суддів Касаційного господарського суду від 18 квітня 2018 року у справі №922/1590/17. URL: http://reyestr.court.gov.ua/Review/73600798.
9. Окрема думка судді Верховного Суду О.О. Мамалуй у справі № 922/1590/17 від 18 квітня 2018 року.URL: http://reyestr.court.gov.ua/Review/73600891.

Клименко О. І.
«Приватне право», 5 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.ю.н., доцент кафедри підприємницького
та корпоративного права Марченко В. Б.

ОРГАНІЗАЦІЯ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В БАНКАХ ТА ЗАХИСТ ПРАВ СОЖИВАЧІВ У СФЕРІ НАДАННЯ ФІНАНСОВО-КРЕДИТНИХ ПОСЛУГ

Вступ. Визначення проблеми результатів проектного дослідження пов'язане з активним розвитком ринкової економіки України, адже важливого значення все більше набуває споживання банківських послуг та організація корпоративного управління в банках, а також захист прав споживачів у сфері надання фінансово-кредитних послуг.

Разом з динамічним розвитком та його впливом на суспільні відносини, проявляється недосконаліть правової бази, випадки зловживань з боку банків, що як наслідок спричиняють порушення прав споживачів. Тому, однією з актуальних проблем є досягнення рівності установ по наданню фінансово-кредитних послуг та їхніх споживачів. Так, фізичні особи є менш захищеними й більш чутливими до зловживань і шахрайства з боку банків і небанківських фінансових установ.

Метою дослідження є створення теоретико-методологічних основ і практичних рекомендацій, спрямованих на з'ясування впливу організації корпоративного управління в банках та поліпшення захисту прав споживачів у сфері надання фінансово-кредитних послуг України, а також формування науково-теоретичних і практичних висновків.

Актуальність результатів проектного дослідження обумовлена досягненням стабільного розвитку системи захисту прав споживачів у сфері надання фінансово-кредитних послуг.

Методи дослідження. Методологічною основою даного дослідження стали загальнонаукові та спеціальні методи пізнання, а саме: інформаційнологічний метод та метод наукового абстрагування, а також системний та статистичний (для складання статистики розвитку ринку банківських послуг), метод аналізу й синтезу, індукції та дедукції (для вивчення особливостей рівня захисту прав споживачів банківських послуг в Україні та фінансової грамотності населення) та метод наукового прогнозування (для прогнозування подальшого розвитку захисту прав споживачів на ринку банківських послуг).

Огляд фахової літератури. Питання щодо захисту прав споживачів у фінансовій сфері України та інших країнах досліджувалось цілим рядом науковців, серед яких, зокрема: Аванесова І., Бондаренко Є., Вітка Ю., Лобозинська С., Науменкова С., Приймак С., Школьник І. та інші. Темі захисту прав споживачів у сфері надання фінансово-кредитних послуг присвячено праці таких зарубіжних учених-правників, як Д. Найтс, Е. Старді, Г. Морган, Д. Козуп, Д. Хогарт та інші. Однак, у літературних джерелах не достатня кількість публікації за результатами наукових досліджень організації корпоративного управління в банківських установах та захисту прав споживачів на ринку банківських послуг.

Результати дослідження. До вирішення питання щодо організації корпоративного управління в банках та захисту прав споживачів у сфері надання фінансово-кредитних послуг варто підходити комплексно, а саме: розглянути вплив законодавства, яке регулює права споживачів кредитно-фінансових послуг; проаналізувати обізнаність та поінформованість споживачів, які користуються такими послугами щодо дій банківських установ та оцінити ступінь порушень їхніх прав; розібрати ефективність механізму розгляду скарг державними органами і врегулювання спорів у сфері захисту споживачів фінансових послуг.

Так, Приймак С. А. під захистом прав споживачів на ринку банківських послуг розуміє комплекс заходів органів державної влади щодо забезпечення прав клієнтів банків на належну якість придбаних ними банківських продуктів, одержання споживачами своєчасної, повної і достовірної інформації про банківські послуги та відшкодування клієнтам банку шкоди, заподіяної внаслідок некваліфікованої чи незаконної діяльності менеджменту банку [3, с. 6].

В залежності від виду банківських послуг визначають найбільш розповсюджені, а саме: операції з платіжними картками та грошові перекази фізичних осіб; зберігання банками депозитних вкладів клієнтів; надання фізичним особам кредитів. В Україні наявні два шляхи, за допомогою яких споживач може захистити свої порушені права: подавши звернення до Національного банку, або звернувшись до суду.

Важливу роль в сфері захисту прав споживачів відіграв Закон України «Про споживче кредитування», але велика частка фінансових установ не повністю виконує нововведені законодавчі норми. Так, компанією GfK були проведені дослідження з питань споживчого кредитування, за результатами яких виявлено наступне: 73,6% рекламних матеріалів взагалі не містять фінансової інформації, у 8,8% рекламних матеріалах обіцяли «безпроцентні кредити», що є поза законом [1].

Відзначимо, що питання розкриття інформації про корпоративне управління та дотримання принципу прозорості є показником надійного та ефективного корпоративного управління та вагомим у захисті прав споживачів.

Так, дотримання принципу прозорості у сфері корпоративного управління означає розкриття банком інформації про організацію його діяльності з метою оцінки зацікавленими особами (користувачами) ефективності управління банком радою та правлінням банку [4].

Важливим аспектом є справедлива політика правління та ради банку, яка здійснює контроль за діяльністю правління банку, підрозділів контролю, корпоративного секретаря, а також за забезпеченням захисту прав вкладників, інших кредиторів та учасників банку.

Варто зазначити, що Кодекс поведінки (етики) банку характеризує неприйнятну поведінку, серед якої є порушення прав споживачів, порушення законодавства України, внутрішніх документів банку та інше [4].

У законопроекті 2456-д «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо удосконалення захисту прав споживачів фінансових послуг» визначено конкретні санкції за порушення прав споживачів [1].

Важливим є ще один законопроект № 8055 «Про установу фінансового омбудсмена», що запровадить ефективний механізм позасудового неупередженого вирішення спорів, а також спростить і здешевить процес їхнього вирішення [2, с. 202]. Так, спостерігається тенденція можливості створення інституту альтернативного позасудового вирішення спорів у сфері надання фінансово-кредитних послуг в Україні. Світовий досвід захисту прав споживачів вказує на важливість запровадження в Україні альтернативних (досудових) механізмів врегулювання спорів у сфері надання фінансових послуг.

Висновки і пропозиції. Отже, законодавство у сфері організації корпоративного управління в банках та захист прав споживачів у сфері надання фінансово-кредитних послуг має ще багато недоліків та невідповідностей з європейським законодавством. Серед основних недоліків виділяють застосування банками неповного розкриття інформації, встановлення несправедливих умов договорів споживчого кредиту, нав'язування додаткових послуг тощо. Перешкодою також є те, що більшість клієнтів фінансово-кредитних установ мають пасивну позицію щодо захисту своїх прав як споживача фінансових послуг, а також низький рівень довіри громадян до діяльності цих установ.

Важливим є забезпечення банками ефективного управління, прийняття керівниками банку узгоджених рішень, підвищення відповідальності, уникнення конфлікту інтересів, сприяння розкриттю інформації та її прозорості, а також підвищення надійності банків і захисту інтересів вкладників та інших кредиторів.

Література:

1. Вітка Ю. Т. Грищенко, Т. Буряк. Споживче кредитування в Україні: правові гарантії та поточна практика. Звіт за результатами досліджень з питань споживчого кредитування: перша хвиля. Київ, 2017. 46 с.
2. Владичин У. В., Ліпша О. О. Фундаментальні елементи захисту прав споживачів банківських кредитних послуг в Україні. Економічний форум. 2018. № 3. С. 199-208.
3. Приймак С. А. Економічний механізм захисту прав споживачів на ринку банківських послуг в Україні: автореф. дис. …канд. юрид. наук: 08.00.03. Львів, 2017. 24 с
4. Про схвалення Методичних рекомендацій щодо організації корпоративного управління в банках України від 03.12.2018 № 814-рш: *Законодавство України. Офіційний сайт Верховної Ради України.* URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/vr814500-18

Зражевська В. І.
Юридичний інститут, 1 курс магістратури
ДВНЗ «Київський національний економічний
Унієврситет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.ю.н., доц. Марченко В. Б.

ВИКОНАННЯ ГРОШОВИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ У СФЕРІ ГОСПОДАРСЬКИХ ПРАВОВІДНОСИН

Вважається, що інститут грошових зобов'язань надійшов ще з часів Римського права, і вже відтоді вважається одним із найпоширеніших видів зобов'язань. Грошові зобов'язання є невід'ємною складовою будь-яких господарських відносин у сучасному світі, вони мають універсальний характер. Це зумовлює їхнє широке застосування як у межах однієї держави, так і на міжнародному рівні.

Грошові зобов'язання є досить динамічною категорію і їхнє застосування залежить від різних галузей права, це зумовлює необхідність їх системного дослідження та постійний комплексний моніторинг у зв'язку з швидким розвитком суспільних відносин і відповідно змінами в законодавстві.

Метою дослідження є з'ясування поняття грошових зобов'язань та їх виконання на основі наукової літератури та законодавства.

У науковій літературі грошовим зобов'язанням приділяється достатня увага. Серед вчених, хто висвітлював дану проблематику у своїх працях, Л.А. Лунц, Т.В. Боднар, Л.О. Новосьолова, та ряд інших авторів.

При цьому, варто зазначити, що наукові дослідження згаданих авторів не є новими та в силу розвитку суспільних відносин та законодавства, частково не актуальними. Наведене зумовлює необхідність проведення даного наукового дослідження.

Поняття грошового зобов'язання можна розглядати у цивілістичному та господарському аспекті. Джерелом для аналізу виступає законодавство, доктрина та судова практика. У науковій літературі вчені цивілісти (Д.І. Меєр, Л.А. Лунц) дають визначення грошового зобов'язання, беручи за основу категорію грошей. Так, на їхню думку грошовим зобов'язанням є зобов'язання, предметом якого є здійснення платежу (Д.І. Меєр), грошові знаки (Л.А. Лунц). Цікавою є думка Л.О. Новосьолової, відповідно до якої «головною ознакою грошового зобов'язання є встановлення у ньому обов'язку сплатити гроші; останні використовуються у зобов'язанні як засіб погашення грошового боргу, відновлення еквівалентності обміну, компенсації продавцю вартості переданого йому товару (у широкому економічному розумінні цього поняття) або компенсації понесених ним майнових втрат; якщо гроші є чимось іншим у цьому зобов'язанні, немає підстав говорити про грошове зобов'язання» [1]

З наведеними твердженнями варто погодитись, оскільки грошові зобов'язання мають свій особливий предмет — гроші, які вирізняють їх з поміж інших видів зобов'язань.

У господарському аспекті визначення грошових зобов'язань є більш конкретним та відображає специфіку господарських відносин. Так, грошові зобов'язання визначають як особливий вид зобов'язань, що має виробничо — комерційний або організаційно-технічний характер, опосередковує рух грошової форми вартості в сфері суспільного виробництва, спрямований на максимальне задоволення потреб його учасників та існує в рамках, визначених нормами господарського права.

Цікаво, що визначення грошових зобов'язань міститься не в господарському чи цивільному кодексі, які є базовими, а в інших законодавчих актах. Так, наприклад, Кодекс України з процедур банкрутства у ст.1 визначає грошові зобов'язання як зобов'язання боржника сплатити кредитору певну грошову суму відповідно до цивільно-правового правочину (договору) та на інших підставах, передбачених законодавством України [2].

Судова практика теж сформувала визначення грошових зобов'язань. Відповідно до Постанови Пленуму Вищого господарського суду України від 17.12.2013 грошове зобов'язання це будь-яке зобов'язання, що складається в тому числі з правовідношення, в якому праву кредитора вимагати від боржника виконання певних дій кореспондує обов'язок боржника сплатити гроші на користь кредитора. Зокрема, грошовим зобов'язанням є правовідношення, в якому одна сторона зобов'язана оплатити поставлену продукцію, виконану роботу чи надану послугу в грошах, а друга сторона вправі вимагати від першої відповідної оплати, тобто в якому передбачено передачу грошей як предмета договору або сплату їх як ціни договору [3]. З урахуванням обох підходів, грошові зобов'язання можливо узагальнити як особливий

вид зобов'язань, який опосередковує рух грошової форми вартості у сфері суспільного виробництва.

Важливим практичним питанням щодо господарських зобов'язань є їх **виконання.** На основі аналізу законодавства та доктрини, виконання грошових зобов'язань можна визначити як передачу боржником кредиторові суми грошей, обумовленої договором, здійснення платежів за договором [4].

На виконання грошових зобов'язань поширюються усі вимоги щодо виконання господарських зобов'язань, такі як виконання належним чином, в установлений строк, тощо. При цьому, Господарським кодексом також визначено, що платежі за грошовими зобов'язаннями здійснюються у готівковій чи безготівковій формі, у гривні або іноземній валюті.

За загальним правилом, платежі мають здійснюватися у гривні, адже гривня визначена як єдиний законний платіжний засіб в Україні. Проте, розрахунки в іноземній валюті не заборонені. Відповідно до ч.2 ст.198 Господарського кодексу грошові зобов'язання можуть бути визначені в іноземній валюті, що відображається також і судовою практикою Так, у рішенні Верховного Суду від 13.02.2019 у справі № 910/8927/17 визначено, що «у постановах Верховного Суду України від 04.07.2011 у справі № 3-62гс11 та від 26.12.2011 у справі № 3-141гс11 зазначено, що положення чинного законодавства хоч і визначають національну валюту України як єдиний законний платіжний засіб на території України, однак не містять заборони на вираження у договорі грошових зобов'язань в іноземній валюті, визначення грошового еквівалента зобов'язання в іноземній валюті, а також на здійснення перерахунку грошового зобов'язання у випадку зміни Національним банком України курсу національної валюти України по відношенню до іноземної валюти» [5].

Окрім того, після так званої валютної лібералізації 2019 р., а саме прийняття значних послаблень у валютному регулюванні, суб'єкти господарювання отримали більше можливостей використовувати іноземну валюту. Мова йде, перш за все, про відміну обов'язку суб'єктів господарювання отримувати індивідуальну ліцензію Національного Банку України на здійснення валютної операції. Це положення втілює в собі задекларований Законом України «Про валюту і валютні операції» принцип свободи валютних операцій. [6]

Так, виконання грошових зобов'язань суб'єктами господарювання здійснюється, як правило, у національній валюті, а випадки за яких дозволено здійснювати платежі в іноземній валюті визначені законодавством.

Проведений аналіз поняття грошового зобов'язання у законодавстві та судовій практиці дає підстави визначити поняття грошового зобов'язання у цивілістичному та господарському аспекті. Узагальненим визначенням грошового зобов'язання є наступне: грошове зобов'язання це особливий вид зобов'язань, який опосередковує рух грошової форми вартості у сфері суспільного виробництва шляхом виконання боржником свого обов'язку у формі сплати грошових коштів

Проаналізовані вимоги до виконання зобов'язання, що має практичну цінність, з урахування останніх змін у законодавстві. Так, визначено, що платежі за грошовими зобов'язаннями можуть здійснюватися у національній та, у випадках визначених законом, у іноземній валюті. Для здійснення валютних операцій, при цьому, суб'єктам господарювання не потрібно отримувати індивідуальну ліцензію Національного банку України.

Література:

1. Зозуля Н. В. ГРОШОВЕ ЗОБОВ'ЯЗАННЯ: ДОКТРИНА, ЗАКОНОДАВСТВО ТА СУДОВА ПРАКТИКА [Електронний ресурс] / Н. В. Зозуля // Інтернет-ресурс «Українське право». — 2019. — Режим доступу до ресурсу: https://ukrainepravo.com/scientific-thought/pravova-pozytsiya/groshove-zobov-yazannya-doktryna-zakonodavstvo-ta-sudova-praktyka/.
2. Кодекс з процедур банкрутства [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2597-19.
3. Постанова Пленуму Вищого господарського суду України від 17.12.2013 [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0014600-13.
4. Подцерковний О. П. Монографія «Грошові зобов'язання господарського характеру: проблеми теорії та практики» [Електронний ресурс] / О. П. Подцерковний // ЮСТИНІАН. — 2006. — Режим доступу до ресурсу: http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/10146/PODTSERKOVNYI%20Growovi%20zobovyaz%20Monografia%202006.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
5. Рішення Верховного Суду від 13.02.2019 у справі № 910/8927/17 [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: http://reyestr.court.gov.ua/Review/79867485

6. Закон України «Про валюту і валютні операції» [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2473-19.

Фролова І. В.
«Право», 4 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.юр.н., доцент. Літошенко О. С.

ЕЛЕКТРОННІ ЗЕМЕЛЬНІ ТОРГИ

Вступ. Положеннями Земельного кодексу України передбачено проведення земельних торгів та встановлено чіткі вимоги до цієї процедури. У той же час, наразі діє Постанова Кабінету Міністрів України стосовно пілотного проекту проведення земельних торгів, що в нинішніх умовах суперечить чинному законодавству: як Земельному кодексу України, так і Конституції України, у якій сказано, що право власності на землю набувається на підставі закону. Однак, Земельним кодексом України нині не передбачено такої процедури набуття права власності на землю як електронний земельний аукціон, з огляду на це, метою моєї статті є дослідження необхідності внесення змін до Земельного кодексу України щодо використання системи електронних земельних торгів.

Методи дослідження. Основними методами наукового пізнання у даній статті стали формально-логічні методи, методи аналізу та синтезу, а також компаративний метод, що у своїй сукупності дозволили здійснити огляд літератури та нормативно-правових актів задля виявлення проблемних аспектів легітимності електронних земельних аукціонів.

Огляд фахової літератури. Питання правового регулювання проведення земельних торгів досліджувалися багатьма вченими, зокрема, П.Ф. Кулиничем, А.М. Мірошниченком, В.В. Носіком, О.О. Погрібним, А.І. Ріпенком, В.І. Семчиком, М.В. Шульгою, Мілімко Л. В., Гордієнко К. Ю та іншими.

Результати дослідження. Земельні аукціони, що у відповідності до норм Земельного кодексу України є формою проведення земельних торгів, являють собою інструмент державної політики, що має на меті приватизацію земель державної та комунальної власності або надання їх в оренду, а також поповнення державного бюджету та бюджетів територіальних громад. Для належного забезпечення цінності земельних ділянок законодавством передбачено вимогу щодо встановлення стартової ціни продажу, базою якої слугує експертна грошова оцінка земельної ділянки.

У статтях 135–139 Земельного кодексу України встановлено порядок проведення земельних торгів, особливості суб'єктного складу та процедуру їх завершення. При цьому, Земельний кодекс України також встановлює, що для проведення земельних торгів його учасники мають бути присутні в єдиній залі та реагувати на зміну ціни [2].

Однак, така модель земельних торгів потребує багато часу на організаційні заходи та є затратною, з огляду на що в нашій державі вирішили апробувати нову модель земельних торгів із використанням цифрових технологій — електронні земельні аукціони. Даний метод дозволяє істотно пришвидшити проведення земельних торгів та зменшити витрати на його організацію.

В Україні проведення електронних земельних аукціонів розпочалося з прийняттям 21 червня 2017 р. Кабінетом Міністрів України постанови № 688 «Деякі питання реалізації пілотного проекту із запровадження електронних земельних торгів і забезпечення зберігання та захисту даних під час їх проведення» [3]. Першим скористалося даною постановою Державне підприємство СЕТАМ (система електронних торгів арештованим майном), підпорядковане Міністерству юстиції України та згодом передане до сфери управління Національного агентства України з питань виявлення, розшуку та управління активами, одержаними від корупційних та інших злочинів (АРМА).

Причому, учасники таких торгів неодноразово вказували на недоліки функціонування системи, що ускладнювало їх участь у земельних торгах. На мою думку, було би доцільно переглянути та здійснити контроль над загальним станом електронної системи в якій проводяться електронні земельні аукціони з метою покращення їх якості та зручності для користувачів [4].

Більш того, вважаю за необхідне звернути увагу, що стаття 14 Конституції України встановлює порядок набуття права власності на землю —- дане право має набуватися у відповідності до закону [1]. Оскільки електронні земельні аукціони опосередковують набуття права власності на земельні ділянки, то й порядок їх проведення має бути встановлений законом. І це не лише теоретичне припущення, а й надбання правової практики України. Так, ще 17 квітня 2008 р. Кабінет Міністрів України, не дочекавшись прийняття закону, встановив порядок проведення земельних аукціонів своєю постановою «Про затвердження Порядку проведення у 2008 році земельних аукціонів» № 25-рп/2008. А вже 11 листопада 2008 р. Конституційний Суд України рішенням № 25-рп/2008 визнав таку практику неконституційною [4].

Так, 25 червня 2019 року Конституційний Суд визнав неконституційною постанову Кабінету Міністрів України «Деякі питання удосконалення управління в сфері використання та охорони земель сільськогосподарського призначення державної власності та розпорядження ними» від 7 червня 2017 року № 413, якою питання приватизації державних земель регулювались дещо по-іншому, ніж це передбачає Земельний кодекс України [4].

Висновки і пропозиції. З огляду на усе вищезазначене ми можемо зробити висновок про те, що наразі у земельному законодавстві існує серйозна колізія щодо проведення земельних торгів у формі електронного земельного аукціону. Я вважаю, що доцільно буде внести зміни до Земельного кодексу України та передбачити в його положеннях електронний аукціон як одну з форм проведення земельних торгів. Затвердження даного положення у земельному законодавстві дав би можливість здійснити легітимізацію електронних земельних торгів та урегулювати аспекти, що ставлять під сумнів легітимність даної практики. І тим самим не дають підстави для оскарження результатів електронних земельних аукціонів у судовому порядку.

Узгодження законодавства у наведеній сфері дозволило б підготувати ефективний базис для подальшої розробки ринку земель в Україні. З урахуванням змін, що відбувається наразі в суспільстві, вирішення та подолання колізій у законодавстві буде важливим кроком для подальшого розвитку земельного законодавства України.

Література:

1. Конституція України: Закон України від 28.06.1996 р. № 254к/96-ВР. Дата оновлення: 01.01.2020. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80.

2. Земельний Кодекс України: Кодекс України від 25.10.2001 р. № 2768-III. Дата оновлення: 21.02.2020. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2768-14.

3. Деякі питання реалізації пілотного проекту із запровадження електронних земельних торгів і забезпечення зберігання та захисту даних під час їх проведення: Постанова Кабінету Міністрів України від 21 червня 2017 р. № 688. Дата оновлення: 25.06.2019. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/688-2017-%D0%BF.

4. Мілімко Л. В., Гордієнко К. Ю. Проблеми законодавчого регулювання процедури проведення земельних торгів як способу набуття права власності та користування землями суб'єктами господарювання. *Юридичний науковий електронний журнал.* ел. фах. вид-ня. 2017. № 6. URL: http://www.lsej.org.ua/6_2017/49.pdf.

Баслик В. П.
Юридичний інститут, II курс
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — ас. кафедри кримінального права та процесу Бондаренко Є. І.

КРИМІНАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ТА ВИКЛИКИ СЬОГОДЕННЯ — АНАЛІЗ ЗМІН КРИМІНАЛЬНОГО КОДЕКСУ УКРАЇНИ ЩОДО ЗАПОБІГАННЯ РОЗПОВСЮДЖЕННЯ ВІРУСУ COVID-19

Актуальність теми дослідження. Сьогодні Україна, як і інші країни світу, опиналася під загрозою зараження великої частини населення вірусом COVID-19. Оскільки у ст. 3 Конституції України проголошено, що людина, її життя, честь і гідність, недоторканість і безпека є найвищою соціальною цінністю, то очевидною є потреба застосування заходів, які б допомогли протидіяти цьому вірусу та попередити осіб на території України. З цією метою законодавець був зобов'язаний прийняти відповідні нормативно-правові акти у всіх сферах діяльності людини. Зокрема, Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України, спрямованих на запобігання виникненню і поширенню коронавірусної хвороби (COVID-19)» та постанови КМУ наразі є основними актами, які вносять зміни до законодавства України. Закономірно постає питання наскільки якісними вони є і що передбачають, адже діють вже сьогодні і впливають на найважливішу цінність — життя та здоров'я.

Мета роботи є дослідження змін, які були внесені до Кримінального кодексу України для запобігання поширенню вірусної інфекції COVID-19 шляхом аналізу та тлумачення нормативно-правових актів, які вносять такі зміни.

Верховна Рада України прийняла Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України, спрямованих на запобігання виникненню і поширенню коронавірусної хвороби (COVID-19)», яким передбачено змінити санкцію до статті 325 Кримінального кодексу України. Відповідно до чинної редакції даної статті, за порушення правил та норм, встановлених з метою запобігання епідемічним та іншим інфекційним хворобам, а також масовим неінфекційним захворюванням (отруєнням) і боротьби з ними, якщо такі дії спричинили або завідомо могли спричинити поширення цих захворювань, призначається кримінальне покарання у вигляді штрафу від тисячі до трьох тисяч неоподатковуваних мінімумів доходів громадян або арешт на строк до шести місяців, або обмеження волі на строк до трьох років, або позбавлення волі на той самий строк. Ті самі діяння, якщо вони спричинили загибель людей чи інші тяжкі наслідки, караються позбавленням волі на строк від п'яти до восьми років» [1, 3]. Зазначена стаття Кримінального кодексу є бланкетною і відсилає до нормативно-правових актів, які регулюють санітарні правила і норми щодо запобігання інфекційним захворюванням та масовим отруєнням. Такими нормативними актами є: Закон України «Про захист населення від інфекційних хвороб» [4], постанови КМУ № 211 від 11.03.2020 р. та № 215 від 16.03.2020 р. та ін.

Слід зазначити, що ще до прийняття низки законодавчих актів у сфері боротьби з поширенням вірусу COVID-19 в Україні, Кримінальний кодекс містив статтю, яка передбачала кримінальну відповідальність за порушення санітарних правил і норм щодо запобігання інфекційним хворобам та масовим отруєнням. Законом № 530-IX від 17 березня 2020 року була лише посилена міра відповідальності за таке правопорушення.

Наприклад, ідеться про державні санітарні норми та правила, санітарно — гігієнічні, — протиепідемічні, — епідеміологічні правила і норми, санітарні регламенти тощо — обов'язкові для виконання нормативно-правові акти центрального органу виконавчої влади в галузі охорони здоров'я, які встановлюють медичні вимоги безпеки щодо середовища життєдіяльності та окремих його факторів [6].

Порушенням вимог, встановлених відповідними правилами, нормами, нормативами і регламентами, можуть бути: невідсторонення від роботи осіб, які є носіями збудників інфекційних захворювань, а також ігнорування карантинних заходів; недотриманні особливих умов і режимів праці, навчання, пересування територією України; порушенні встановлених тимчасових обмежень щодо транспортного сполучення з іншими країнами, в'їзду в Україну іноземців та осіб без громадянства, ввезення в Україну харчових продуктів, продовольчої си-

ровини, тварин, інших вантажів, товарів і предметів, що можуть бути факторами передачі інфекції, тощо [4].

На нашу думку, таке посилення є цілком доречним з позиції відповідності покарання вчиненому правопорушенню. Від дотримання санітарних правил і норм щодо запобігання інфекційним хворобам та масовим отруєнням наразі залежить життя багатьох людей, а отже і покарання за такий злочин має бути відповідним.

Цікавим питанням також залишається відмежування кримінальної відповідальності за цей злочин від адміністративної. Розмежувальною ознакою можна вважати об'єктивну сторону цього правопорушення, а саме суспільно-небезпечний наслідок. Так, для притягнення до адміністративної відповідальності за ст. 44-3 КУпАП не вимагається настання протиправного наслідку від вчинення протиправних дій, тоді як за ч.1 ст. 325 КК України настання наслідку у вигляді поширення захворювання є необхідним. З іншого боку, як зазначають сучасні науковці та юристи практики, згадана ч.1 ст. 325 КК України містить такий елемент об'єктивної сторони складу правопорушення, як потенційна можливість поширення захворювань. Під такий склад кримінального правопорушення фактично можна підвести будь-яке інше правопорушення, яке також містить ознаки складу адміністративного правопорушення за ст. 44-3 КУпАП. Отже, майже будь яке порушення правил щодо карантину людей (ст. 44-3 КУпАП) потенційно може сприяти поширенню вірусних інфекцій [5].

Для вирішення цього питання варто звернутися до судової практики застосування зазначених норм. Оскільки у юридичній доктрині сьогодні превалюють думки щодо неможливості притягнення осіб до кримінальної відповідальності, ми цей аналіз вважаємо доречним.

Виходячи з реєстру судових рішень, в період з 2013-го по 2019 рік суди постановили всього 5 вироків в даній категорії справ. Станом на кінець квітня 2020 року Національна поліція повідомила про порушення 9-ти кримінальних проваджень за ст. 325 КК України. Отже, на практиці довести вчинення особою злочину за ст. 325 досить складно [5].

Що стосується притягнення до адміністративної відповідальності, то судова практика застосування ст. 44-3 КУпАП є значно ширшою. Станом на 20.04.2020 в Єдиний державний реєстр судових рішень було винесено 402 постанови судів про притягнення осіб до адміністративної відповідальності за скоєння правопорушення, передбаченого ст. 44-3 КУпАП. І лише 32 постановами особи визнані винними і оштрафовані [7].

Зокрема, 212 постановами матеріали справи про притягнення особи до адміністративної відповідальності за ст. 44-3 КУпАП повернуто до ВП ГУНП України для доопрацювання, оскільки протоколи про адміністративне правопорушення не відповідає вимогам ст. 256 КУпАП [5].

Можемо зробити висновок, що внесення змін до Кримінального Кодексу України, як ми вже зазначали, було доречним, але як стверджує судова практика вкрай неефективним та зробило цей злочин складно доказовим. На нашу думку, покращити застосування цих норм на практиці могло б офіційне тлумачення цієї норми Конституційним судом України або роз'яснення Пленуму ВСУ судам щодо застосування цієї норми на практиці.

Щодо зарубіжної практики корегування кримінальної та адміністративної відповідальності у сфері запобігання поширенню вірусу, найсуворіша відповідальність передбачена в Китаї — смертна кара за приховування симптомів Натомість найлібералнішою виявилася Італія, де штраф становить — 206 євро або ув'язнення до 2 місяців. В разі необхідності вийти з дому у Франції, Об'єднаних Арабських Еміратах особа має отримати дозвіл, зареєструвавшись на відповідному офіційному сайті та вказати поважний привід для залишення місця проживання. За відсутність цього паперу при перевірці поліцією можна отримати від 135 євро штрафу. В Канаді за ризик поширення коронавірусу передбачено позбавлення волі до 3 років або штраф. Ізраїль за порушення карантину запровадив кримінальну відповідальність у вигляді позбавлення волі на термін від 3 до 7 років, в Чехії та Австралії обмежилися лише штрафами [8].

Висновки. Таким чином, Україна є не єдиною країною, яка запровадила посилену кримінальну відповідальність за порушення карантину. Слід відзначити, що зміни, внесені до законодавства України відповідають превентивним заходам, застосованим у європейській практиці. Проте, наразі судова практика показує, що вони є не дуже ефективними і потребують уточнення. У зв'язку з цим, пропонуємо наступні варіанти полегшення судам застосування цієї норми. По-перше, шляхом розширеного офіційного тлумачення КСУ нещодавно зміненої ст. 325 ККУ, та роз'яснення практики розмежування кримінальної відповідальності за цією статтею від адміністративної відповідальності за ст. 44-3 КУпАП у відповідній постанові Пленуму ВСУ. По-друге, внесенням законодавцем уточнень до цієї статті ККУ шляхом викладення її у більш чіткій редакції.

Література:

1. Кримінальний кодекс України: Кодекс України; Кодекс, Закон від 05.04.2001 № 2341-III // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/go/2341-14 (дата звернення: 29.04.2020).
2. Кодекс України про адміністративні правопорушення (статті 1 — 212-21): Кодекс України; Закон, Кодекс від 07.12.1984 № 8073-X // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/go/80731-10 (дата звернення: 29.04.2020).
3. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України, спрямованих на запобігання виникненню і поширенню коронавірусної хвороби (COVID-19): Закон України від 17.03.2020 № 530-IX // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/go/530-20 (дата звернення: 29.04.2020).
4. Про захист населення від інфекційних хвороб: Закон України від 06.04.2000 № 1645-III // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/go/1645-14 (дата звернення: 29.04.2020)
5. Клочков В. Тонкий лід: адміністративна чи кримінальна відповідальність за порушення карантину? ЛІГА:ЗАКОН: веб-сайт. URL: https://jurliga.ligazakon.net/ua/analitycs/194042_tonkiy-ld-admnstrativna-chi-krimnalna-vdpovdalnst-za-porushennya-karantinu (дата звернення: 29.04.2020).
6. Коронавірус, карантин, бізнес — закон! Юридична газета: веб-сайт. URL: https://yur-gazeta.com/publications/practice/inshe/koronavirus-karantin-biznes--zakon--.html (дата звернення: 29.04.2020).
7. Сапожнікова О. Юридичний аналіз заходів із запобігання поширенню коронавірусу. Українська Гельсінська спілка з прав людини: веб-сайт. URL: https://helsinki.org.ua/articles/yurydychnyy-analiz-zakhodiv-iz-zapobihannia-poshyrenniu-koronavirusu/ (дата звернення: 29.04.2020).
8. Від штрафу до смертної кари: як за порушення карантину карають в Україні і світі (інфографіка). Дивись.Info: веб-сайт. URL: https://dyvys.info/2020/04/11/vid-shtrafu-do-smertnoyi-kary-yak-za-porushennya-karantynu-karayut-v-ukrayini-i-sviti-infografika/.

Гулєвіч О. В.
«Правознавство», 2 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.ю.н., завідувач кафедри кримінального права та процесу Васильківська І. П.

ЗВІЛЬНЕННЯ ВІД КРИМІНАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ І КОРУПЦІЙНІ ЗЛОЧИНИ: ЗАКОНОДАВЧІ ОБМЕЖЕННЯ

Постановка проблеми. Корупція є негативним явищем сьогодення, яке становить загрозу верховенству права, національній безпеці, демократії, моральним та етичним принципам суспільства, сприяє руйнації державного управління, перешкоджає фінансовій стабільності та економічному розвитку країни, загрожує належному функціонуванню ринкової економіки.

У рейтингу корумпованості, що його склала глобальна антикорупційна неурядова організація Transparency International, у 2019 році Україна посіла 126-е місце серед 180 країн, набравши 30 балів із 100 можливих. Поряд із нею такі країни як Киргизстан, Джибуті, Росія. Це свідчить про необхідність посилення заходів для запобігання корупційним проявам та боротьби з ними.

Високий рівень корумпованості в Україні визнано керівництвом держави, найвпливовішими суб'єктами політичного життя, міжнародними інституціями та незалежними антикорупційними організаціями. В Україні основними причинами виникнення та існування корупції в першу чергу є суспільний менталітет, який сприяє пошуку корупційних шляхів заради вирішення особистих питань і проблем, а також система функціонування державних органів та органів місцевого самоврядування, яка створює певний пріоритет у вирішенні особистих проблем по відношенню до їх врегулювання у законний спосіб. Тому одним із головних завдань України є запобігання та протидія корупційній злочинності.

Актуальність теми зумовлена необхідністю теоретико-правового аналізу положень законодавства, яке регламентує корупційні злочини та встановлює підстави застосування звільнення від кримінальної відповідальності за них.

Методи дослідження. Дослідження питань звільнення від кримінальної відповідальності за корупційні злочини відбувалося на основі таких методів: діалектичного, системного, аналізу, синтезу, порівняльно-правового, формально-логічного та інших.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання протидії корупції та її різноманітним виявам висвітлено у працях П. Андрушка, О. Бусола, В. Глушкова, О. Джужі, О. Дудорова, В. Куца, О. Литвака, М. Мельника, В. Тютюгіна, М. Хавронюка, О. Юрченка, О. Ярмиша та ін. Проблемам визначення підстав і умов звільнення від кримінальної відповідальності приділяли увагу такі вітчизняні і зарубіжні науковці як Х. Алікперов, Ю. Баулін, В. Горжей, Е. Дадакаєв, В. Єгоров, О. Житний, В. Кушнарьов, І. Петрухін, В. Тертишник, Д. Філін, П. Хряпінський.

Виклад основного матеріалу.

Насамперед, визначимо, що включають в себе такі поняття, як корупція, корупційний злочин та звільнення від кримінальної відповідальності. Відповідно до ст. 1 Закону України «Про запобігання корупції» від 14.10.2014 р. корупція — це використання особою, зазначеною у ч. 1 ст. 3 цього Закону, наданих їй службових повноважень чи пов'язаних з ними можливостей з метою одержання неправомірної вигоди або прийняття такої вигоди чи прийняття обіцянки/пропозиції такої вигоди для себе чи інших осіб або відповідно обіцянка/ пропозиція чи надання неправомірної вигоди особі, зазначеній у ч. 1 ст. 3 цього Закону, або на її вимогу іншим фізичним чи юридичним особам з метою схилити цю особу до протиправного використання наданих їй службових повноважень чи пов'язаних з ними можливостей. Особливо небезпечними проявами корупції є вчинення злочинних корупційних діянь.

Поняття корупційного злочину в кримінальному законодавстві не визначено. У теорії кримінального права корупційні злочини визначалися по-різному: злочини, які полягають у неправомірному використанні (зловживанні) посадовими особами органів державної влади або органів місцевого самоврядування наданої їм влади або свого посадового становища в особистих інтересах або інтересах третіх осіб (М. Мельник); передбачене в Особливій частині Кримінального кодексу (КК) України суспільно небезпечне діяння, яке містить ознаки корупції та корупційного правопорушення (В. Куц, Я. Труньова).

В ст. 45 КК України визначено перелік злочинів, що вважаються корупційними: ст. ст. 191, 262, 308, 312, 313, 320, 357, 410, у випадку їх вчинення шляхом зловживання службовим становищем, а також злочини, передбачені ст. 210, 354, 364, 364-1, 365-2, 368 — 369-2 КК. Основними ознаками корупційного злочину є: 1) суспільна небезпечність; 2) протиправність, тобто передбачення його у КК України; 3) наявність діяння, що містить ознаки корупції; 4) учинення його спеціальним суб'єктом; 5) наявність виключно умисної форми вини; 6) караність.

Слід зауважити, що вчинення особою будь-якого корупційного злочину спричиняє низку негативних кримінально-правових наслідків. Так, на осіб, що вчинили корупційний злочин, не поширюються передбачені чинним КК України гарантії, пов'язані зі звільненням від кримінальної відповідальності: положення ст. 45 КК України — звільнення від кримінальної відповідальності у зв'язку з дійовим каяттям; ст. 46 КК України — у зв'язку з примиренням винного з потерпілим; ст. 47 КК України — у зв'язку з передачею особи на поруки; ст. 48 КК України — у зв'язку зі зміною обстановки.

Корупційним злочином є суспільно небезпечне діяння, яке посягає на охоронювані кримінальним законом відносини у сфері надання публічних послуг, за вчинення якого суб'єкт злочину притягається до встановленої кримінальним законом відповідальності. Шляхи оптимізації мають враховувати систему противаг, коли підвищуються покарання за корупційні злочини і як можливість їх уникнення удосконалюється механізм спеціальних видів звільнення від кримінальної відповідальності за зазначені суспільно небезпечні діяння.

Висновки.

Реальною метою антикорупційної політики можуть бути зменшення рівня та локалізація корупції в суспільстві, зміна її характеру, обмеження її впливу на соціально-політичні та економічні процеси шляхом реалізації таких завдань: попередження корупційних правопорушень; створення правового механізму, який перешкоджає підкупу осіб, які мають публічний статус; забезпечення відповідальності за корупційні правопорушення в усіх випадках, прямо передбачених нормативно-правовими актами; відшкодування шкоди, заподіяної корупційними правопорушеннями; моніторинг корупційних факторів та ефективності заходів антикорупційної політики; формування антикорупційної суспільної свідомості.

Отже, існує тільки один спосіб недопущення корупційного поведінки — зробити корупційну дію невигідною та небезпечною для корупціонера, а для того, щоб боротьба з корупці-

єю була ефективною, вона повинна вестися за такими напрямами: 1) скорочення кількості контрольованих чиновниками благ; 2) підвищення рівня ризику для хабарників; 3) зниження можливостей посадових осіб для ведення «торгу». Провідним принципом усієї антикорупційної політики має бути постійне підвищення ризиків, ціни втрат і рівнів нестабільності для залучених у корупцію державних посадових осіб, представників бізнесу і громадян. Отож, закріплення законодавцем такого специфічного правового наслідку корупційного правопорушення як неможливість звільнення особи від кримінальної відповідальності у випадку вчинення нею корупційного злочину є позитивним і закономірним кроком.

Література.

1. Кримінальний кодекс України від 05.04.2001 // Відомості Верховної Ради України. — 2001. — № 25–26. — Ст. 131.
2. Закон України "Про запобігання корупції" від 14.10.2014 № 1700-VII // Відомості Верховної Ради України. — 2014. — № 49. — Ст. 2056.
3. Ярмиш Н.М. Щодо відповідності поняттю корупційного правопорушення злочинів, передбачених статтею 45 Кримінального кодексу України. *Юридичний вісник. Повітряне і космічне право.* 2015. № 3. С. 158–162.
4. Мельник М.І. Корупційні злочини: сутність і поняття. *Право України*. 2000. № 11. С. 126–130.
5. Баулін Ю.В. Звільнення від кримінальної відповідальності. *Вісник Асоціації кримінального права України*. 2013. № 1(1). С. 185–207.
6. Боровик А.В. Класифікація та значення спеціальних видів звільнення від кримінальної відповідальності за корупційні злочини. *Вісник прокуратури*. 2016. № 4. С. 92–100.
7. Куц В. Поняття корупційних злочинів та їх види. *Вісник Національної академії прокуратури України.* 2012. № 4. С. 32–36.
8. Хряпінський П.В. Загальна підстава спеціального звільнення від кримінальної відповідальності. *Право і суспільство*. 2013. № 3.
9. Леоненко І. Проблематика звільнення від кримінальної відповідальності за корупційні злочини. *Віче*. 2013. № 14. С. 20–23.
10. Куц В. Поняття корупційних злочинів та їх види. *Вісник Національної академії прокуратури України.* 2012. № 4. С. 32–36.

Конош Ю. В.
Юридичний інститут, II курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — ас. кафедри кримінального права та процесу Бондаренко Є. І.

КРИМІНАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА КОРУПЦІЙНІ ЗЛОЧИНИ В УКРАЇНІ: ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА

Актуальність теми дослідження. Корупція була і залишається одним з найбільш обговорюваних питань у світі, сучасні глобалізаційні процеси та розвиток суспільства зумовлюють зміни і корупційних ризиків. Що стосується України, то через свою деструктивність та масштабність корупційна складова діяльності органів державної влади та приватних структур є основною проблемою сьогодення. Корупція загрожує ідеалам демократії, підриває моральні засади суспільства, перешкоджає належному економічному розвитку в країні, а також ставить під загрозу політичну стабільність держави.

Метою даної роботи є дослідження поточного стану та тенденцій змін законодавства України, зокрема, у площині кримінальної відповідальності за корупційні діяння шляхом аналізу відповідних нормативно-правових актів та процесу антикорупційної реформи.

Євроінтеграційні процеси України зумовлюють необхідність проведення активної діяльності з метою подолання корупції. Саме тому за останні 6 років чимало зусиль було присвячено викоріненню корупційної діяльності з реалій українського суспільства. Антикорупційна реформа посилила відповідальність за корупційні злочини, а також розширила їх перелік.

З цією метою 14 жовтня 2014 року був прийнятий Закон України «Про запобігання корупції», відповідно до якого корупцією визнається використання особою, наданих їй службо-

вих повноважень чи пов'язаних з ними можливостей з метою одержання неправомірної вигоди або прийняття такої вигоди чи прийняття обіцянки/пропозиції такої вигоди для себе чи інших осіб або відповідно обіцянка/пропозиція чи надання неправомірної вигоди особі або на її вимогу іншим фізичним чи юридичним особам з метою схилити цю особу до протиправного використання наданих їй службових повноважень чи пов'язаних з ними можливостей [2].

Дослідивши роботи сучасних українських науковців, варто погодитись з твердженням, що особливим аспектом вітчизняного кримінального законодавства є відсутність системного підходу до розуміння корупційних злочинів та відповідальності за них [6, 12, с. 19]. Крім того, видається цілком логічним, що законодавець не виділяє корупційні злочинам окремого розділу в Кримінальному Кодексі України, оскільки корупційна складова поширюється на всі сфери життєдіяльності і угрупувати їх в окремий розділ є недоцільним.

При цьому корупційні злочини поділяють на дві групи. До першої групи належать злочини, які самі по собі не є корупційними, а стають такими лише у випадку їх вчинення певними особами. До таких злочинів належать: привласнення, розтрата майна або заволодіння ним шляхом зловживання службовим становищем; порушення встановлених правил обігу наркотичних засобів, психотропних речовин, їх аналогів або прекурсорів; викрадення, привласнення, вимагання наркотичних засобів, психотропних речовин або їх аналогів чи заволодіння ними шляхом шахрайства або зловживання службовим становищем та інші.

До другої групи належать злочини, які по своїй природі є корупційними. Зокрема, серед таких злочинів є підкуп особи, яка надає публічні послуги; зловживання повноваженнями особами, які надають публічні послуги; зловживання повноваженнями службовою особою юридичної особи приватного права незалежно від організаційно-правової форми; нецільове використання бюджетних коштів, здійснення видатків бюджету чи надання кредитів з бюджету без встановлених бюджетних призначень або з їх перевищенням; зловживання впливом; незаконне збагачення; пропозиція, обіцянка або надання неправомірної вигоди службовій особі [13, с. 67].

При цьому вчинення особою будь-якого корупційного злочину тягне за собою низку негативних кримінально-правових наслідків:

• особа не може бути звільнена від кримінальної відповідальності: у зв'язку з дійовим каяттям, передачею особи на поруки, примиренням винного з потерпілим чи у зв'язку зі зміною обстановки;

• особі не може бути призначене більш м'яке покарання, ніж передбачено законом (ст. 69 КК України);

• особа не може бути за вироком суду звільнена від покарання на підставі ч. 4 ст. 74 КК України, навіть якщо буде визнано, що з урахуванням бездоганної поведінки і сумлінного ставлення до праці цю особу на час розгляду справи в суді не можна вважати суспільно небезпечною [1].

Аналізуючи судову практику, варто вказати на частоту притягнення осіб, винних за вчинення корупційного злочину до відповідальності у вигляді штрафу, а також позбавлення права обіймати посади, пов'язані з організаційно-розпорядчими та адміністративно-господарськими функціями, на певний строк. Як приклад можна навести вирок Садгірського районного суду міста Чернівці по справі № 726/1816/17, яким суд визнав старшого лейтенанта поліції винним у вчиненні кримінального правопорушення передбаченого ч.2 ст. 369-2 КК України та призначив йому покарання у виді штрафу у розмірі 1500 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, що складає 25 500 (двадцять п'ять тисяч п'ятсот) гривень з позбавлення права обіймати посади пов'язані з організаційно-розпорядчими та адміністративно-господарськими функціями строком на 2 роки. Така практика є досить поширеною та є свідченням того, як суди призначають комбіновані покарання за злочини такого штибу.

У процесі реалізації антикорупційної реформи та впровадження змін кримінальної відповідальності за корупційні злочини законодавцеві варто враховувати позитивний досвід зарубіжних країн [3]. Зокрема, варто звернути увагу на кримінальне законодавство Швейцарії, в кримінальному кодексі якої передбачене хабарництво, вчинене публічною посадовою особою та окремо приватною особою [7]. При цьому хабарництво, вчинене посадовою особою завжди тягне за собою кримінальну відповідальність, тоді як хабарництво, вчинене приватною особою, передбачає відповідальність лише у випадку надходження скарги про це. Також кримінальне законодавство Швейцарії відмежовує поняття вигоди та хабаря: хабар надається особі за вчинення специфічної дії або бездіяльності, яка суперечить обов'язкам посадової особи і вчиняється в інтересах того, хто надає хабар, або третіх осіб, а вигоду отримує особа

за дії, за які така вигода не передбачена. При цьому за хабар передбачена значно більша відповідальність, аніж за отримання неправомірної вигоди [4, с. 71].

Разом з тим, на відміну від України, де за вчинення корупційних правопорушень може наставати кримінальна, дисциплінарна та/або цивільно-правова відповідальність, а також адміністративна відповідальність, в США за вчинення порушень винні особи притягуються лише до кримінальної відповідальності [6, с. 77].

Висновки. Вдосконалення законодавства про запобігання корупційним злочинам в Україні є головним завданням сьогодення та необхідною умовою євроінтеграційних процесів. При цьому, важливим залишається врахування досвіду передових держав світу з цією метою врегулювання даного питання.

Крім того, на окрему увагу заслуговує уніфікація практики правозастосування відповідних норм, які регулюють підстави та міру відповідальності за корупційні злочини, що лишається актуальним завданням Верховного Суду України, у зв'язку з динамічність змін законодавства у цій сфері.

Література:

1. Кримінальний кодекс України від 5 квітня 2001 року № 2341-III. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14/conv
2. Про запобігання корупції: Закон України від 14 жовтня 2014 року № 1700-VII URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1700-18#top
3. Вирок Садгірського районного суду міста Чернівці від 13.03.2018 по справі № 726/1816/17 URL: http://reyestr.court.gov.ua/Review/72872735
4. Боровик А.В. дослідження питань кримінальної відповідальності за корупційні кримінальні правопорушення та запобігання їм за кордоном Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Юриспруденція.2019. №41. С. 69–73.
5. Бусол О. Ю. Протидія корупційній злочинності в Україні в контексті сучасної антикорупційної стратегії: дис. … доктора юрид. наук : 12.00.08. К., 2015. — 479 с.
6. Васильєва В. П Корупційні правопорушення як одна з підстав протидії корупції: правовий огляд законодавства України та США. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Юриспруденція.2019. №38. С. 75–78.
7. Кримінальний кодекс Швейцарії: URL: http://www.seco.admin.ch
8. Крупко Д.І. Відповідальність за хабарництво за кримінальним правом Німеччини, Швейцарії та України (порівняльно-правове дослідження): дис. канд. юрид. наук. Одеса, 2006. — 271 с.
9. Куц В. Поняття корупційних злочинів та їх види. Вісник Національної академії прокуратури України. 2012. № 4. С. 32–36.
10. Романюк Б.В. Законодавство України та зарубіжних країн щодо протидії корупції. Міжнародний досвід боротьби з корупцією К.: Поліграф-Сервіс, 2010. 626 с.
11. Савченко А. В. Корупційні злочини (кримінально-правова характеристика) [текст] навч. посіб. К. : «Центр учбової літератури», 2016. 168 с.
12. Савченко А. Актуальні питання кримінальної відповідальності за корупційні злочини. Право України. № 12. 2015. С. 58–68.
13. Шамара О. Кримінальна відповідальність юридичних осіб за вчинення корупційних правопорушень. Юридичний журнал. 2009. № 11. С. 66–72.

Сопінський Ю. В.
«Право національної безпеки», 2 курс
ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім.В.Гетьмана»
Науковий керівник — к.ю.н., доцент кафедри
кримінального права та процесу Беспаль О. Л.

ВПЛИВ КОРОНАВІРУСНОЇ ІНФЕКЦІЇ COVID-19 НА ДОМАШНЄ НАСИЛЬСТВО

У зв'язку з поширенням коронавірусної інфекції COVID-19 країни світу почали запроваджувати заходи для протидії хворобі. Дані заходи зводяться до закриття місць масового скупчення, виключення становлять медичні заклади, аптеки, органи безпеки, парламенти та

стратегічні підприємства. Люди залишаються вдома і виходять на вулицю лише в разі необхідності, якщо це дозволено урядом держави (вигул тварин, похід в магазини та аптеки).

«Мій дім — моя фортеця» — так говорить англійське прислів'я, яке вказує на те, що дім для всіх людей — це місце в якому особа почуває себе в безпеці і вона може відпочити від усіх деструктивних впливів, що можуть відобразитись на людині. Проте ми можемо спостерігати повідомлення із різних куточків світу, про збільшення кількості випадків вчинення домашнього насильства, зокрема через те, що жертва і злочинець залишаються один на один під одним дахом. Як зазначається в німецькій статті на порталі heise online ситуація, що склалася є небезпечнішою, ніж та, що виникає в різдвяний сезон, коли сім'ї проводять час разом, часто вдома (реєструється традиційне збільшення повідомлень про домашнє насильство), не в останню чергу через загрозливу невизначеність щодо тривалості такого стану [1].

Мета роботи: на підставі аналізу ситуації, яка склалася у зв'язку із введенням карантинних заходів у всьому світі, запропонувати для реалізації в Україні заходи запобігання та протидії домашньому насильству.

Під час проведення дослідження використовувалися такі методи: логічний, індукції, ідеалізації, аналізу та синтезу.

Питання домашнього насильства було предметом дослідження таких вчених як: А. Гумін, Л. Повалій, Г. Римарчук, І. Ткаченко, О. Харитонова, Я. Юрків. Разом з тим, проблема домашнього насильства в умовах карантину на належному рівні не достатньо висвітлена, у зв'язку з чим постала необхідність в новому досліджені.

Голова комітету з прав жінок Евелін Регнер закликає до більшої підтримки жертв домашнього насильства в умовах кризи COVID-19. Як у всьому світі, так і в деяких країнах ЄС повідомляється, що насильство в сім'ї зросло на третину за тиждень після введення початкових обмежень. Жінки, що перебувають у насильницьких стосунках, затримуються вдома і довго піддаються їхньому винуватцю. Це дуже ускладнює виклик служб екстреної допомоги [2].

Звіти з Китаю свідчать про те, що коронавірус вже спричинив значний ріст випадків домашнього насильства. Місцеві поліцейські відділення отримували втричі більше повідомлень у лютому, порівняно з попереднім роком, каже Ван Фей, засновник неприбуткової організації, що бореться з випадками домашнього насильства. Більшість випадків насильства пов'язують саме з поширенням епідемії COVID-19 [3].

Про збільшення випадків домашнього насильства повідомляють і в США. Гаряча лінія протидії домашньому насильству в Портленді, штат Орегон, стала приймати вдвічі більше дзвінків. За даними національної гарячої лінії, кривдники використовують поширення COVID-19 як погрозу своїм жертвам — кажуть, що викинуть їх на вулицю, щоб ті захворіли, повідомив генеральний директор лінії Time [3].

За словами Міністра внутрішніх справ Франції Крістофа Кастанера, після запровадження обмежувальних заходів через коронавірус число поліцейських втручань у випадки насильства в родинах збільшилося на 36 % [4].

Аналогічні показники прослідковуються і в інших країнах, зокрема, і в Україні. Незважаючи на те, що МВС заявляє, що кількість звернень щодо домашнього насильства не змінилося, проте директор департаменту Національних «гарячих ліній» ГО «Ла Страда-Україна» Альона Кривуляк наголошує, що зараз активно досліджують цифри з національної «гарячої лінії» з питань домашнього насильства, торгівлі людьми та гендерної дискримінації. За її словами: «За минулий тиждень (16-22 березня 2020 р. — *авт.*) кількість звернень, які стосуються саме домашнього насильства, збільшилася майже вдвічі. Тобто прийняли понад 300 звернень виключно випадків, які стосувалися домашнього насильства, а це на 130 більше, ніж тижнем раніше, перед початком карантину» [5].

Щоб допомогти жертвам сімейного насильства уряди Франції, Італії, Іспанії ввели нову схему допомоги постраждалим. Тепер вони можуть зайти в аптеку і попросити захисту, але, якщо з якої-небудь причини вони не мають можливості зробити це відкрито, жертви насильства повинні сказати кодове слово **«Mask19»**. Уряд Франції оголосив, що сплатить 20 000 ночей в готельних номерах для жертв домашнього насильства і відкриє тимчасові консультаційні центри в супермаркетах; уряд Австралії виділив 150 мільйонів австралійських доларів для підтримки жертв побутового, сімейного та сексуального насильства через наслідки коронавірусу [6].

В Іспанії створено службу обміну миттєвими повідомленнями з функцією геолокації та пропонує онлайн-чат, який надає негайну психологічну підтримку жертвам [7].

Необхідно пам`ятати, що домашнє насильство має високий рівень латентності і багато випадків залишаються поза увагою правоохоронних органів, зокрема з причин неповідом-

лення про факт вчинення злочину потерпілою особою, наприклад, через сором або страх перед кривдником.

В Україні існує певна кількість притулків для постраждалих від домашнього насильства, вони можуть бути різної форми власності (державні, комунальні, приватні тощо), проте багато жертв не знають про їх існування або, якщо й знають, фізично не зможуть до них доїхати, оскільки на період карантину відсутнє міжміське сполучення і сховатись від кривдника постає великою проблемою. Заклади охорони здоров'я можуть прийняти постраждалих в тому випадку, коли такі особи потребуватимуть медичної допомоги, наприклад, їм будуть заподіяні тілесні ушкодження, в результаті чого виникне необхідність в госпіталізації. Разом з тим, пам'ятаємо, що у зв'язку зі стрімким поширенням короновірусної інфекції нині всі сили медичних працівників спрямовані на протидію COVID-19.

Висновки. Із початком введення карантинних заходів у всьому світі почала стрімко зростати кількість звернень до правоохоронних органів щодо домашнього насильства. Позитивним кроком в протидії домашньому насильстві є запровадження МВС чат-боту #ДійПроти-Насильства, що практикується в деяких державах, тому добре було б запозичити й інші заходи на кшталт залучення до протидії домашньому насильству аптечних закладів, куди можна буде звернутися жертві домашнього насильства; розгорнення мобільних центрів надання допомоги в громадських місцях, які будуть працювати під час карантину; оренда номерів в готелях для потерпілих осіб від домашнього насильства, оскільки в умовах обмеженого курсування міського та міжміського транспорту, це суттєво допоможе потерпілим уникнути агресивних проявів кривдника і знайти тимчасовий прихисток.

Література:

1. Christoph Jehle. Covid-19, Home Office und häusliche Gewalt URL: https://www.heise.de/tp/features/Covid-19-Home-Office-und-haeusliche-Gewalt-4700463.html. (дата звернення 10.04.2020).
2. COVID-19: Stopping the rise in domestic violence during lockdown URL: https://www.europarl.europa.eu/news/en/press-room/20200406IPR76610/covid-19-stopping-the-rise-in-domestic-violence-during-lockdown. (дата звернення 10.04. 2020).
3. Панченко О. Правозахисники: пандемія коронавірусу спричинює сплеск домашнього насильства URL: https://hmarochos.kiev.ua/2020/03/23/pravozahysnyky-pandemiya-koronavirusu-sprychynyuye-splesk-domashnogo-nasylstva/. (дата звернення 10.04.2020).
4. Через коронавірус у світі зростає кількість випадків домашнього насильства URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2912324-cerez-koronavirus-u-sviti-zrostae-kilkist-vipadkiv-domasnogo-nasilstva.html. (дата звернення 10.04.2020).
5. Яворська Т. Домашнє насильство в умовах карантину: як уникнути. URL: https://dyvys.info/2020/03/25/domashnye-nasylstvo-v-umovah-karantynu-yak-unyknuty/. (дата звернення 12.04.2020).
6. У світі через коронавірус зростає число випадків домашнього насильства URL: https://khersondaily.com/news/u-sviti-cherez-koronavirus-zrostaje-chislo-vipadkiv-domashnogo-nasilstva. (дата звернення 12.04.2020).
7. Annette Young, Camille Pauvarel. Trapped at home: Domestic violence victims at high risk in coronavirus confinement URL: https://www.france24.com/en/20200325-trapped-at-home-domestic-violence-victims-at-high-risk-in-coronavirus-confinement. (дата звернення 18.04.2020).

Луценко І. О.
«Правознавство», 2 курс
Юридичний інститут ДВНЗ «Київський національний
економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.ю.н., доцент кафедри
цивільного та трудового права Богданець А. В.

ОХОРОНА ПРАВ НА ОБ'ЄКТИ ПРОМИСЛОВОЇ ВЛАСНОСТІ: ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ

Актуальність. На сьогодні дедалі частіше обговорюється національна стратегія розвитку інтелектуальної власності, де активи промислової власності мають важливе значення для створення національного багатства. Незважаючи на успішне функціонування державної системи управління інтелектуальною власністю, українське суспільство має негативні наслідки, пов'язані з проблемами охорони та захисту прав на певні об'єкти інтелектуальної власності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемам охорони прав на об'єкти промислової власності присвячені дослідження вчених М. Галантича, О. Кульчицької, А. Чукаевої, О. Чомахашвілі. Однак наявність існуючих та поява нових проблемних аспектів захисту прав промислової власності посилює необхідність дослідження цього питання.

Мета дослідження полягає у з'ясуванні проблемних аспектів охорони прав на об'єкти промислової власності в Україні, і способів їх вирішення.

Український інститут інтелектуальної власності (Укрпатент) визначає такі об'єкти промислової власності: торгові марки (знаки для товарів і послуг); комерційні (корпоративні) назви; географічні позначення; винаходи та корисні моделі; промислові зразки; компонування (топографія) інтегральних схем [8].

Як зазначає більшість дослідників, за характером використання промислової власності її можна розділити на дві групи: патентне право та індивідуалізація. Об'єктами патентного права є результати науково-технічної творчої діяльності, які у разі дотримання законодавчих вимог засвідчуються патентом. Засоби індивідуалізації також беруть участь в економічному обороті. Вони формують імідж компанії через розміщення товарів, упаковки, документації, реклами.

Обидві групи об'єктів промислової власності підвищують конкурентоспроможність підприємства. Об'єкти патентного права передбачають модернізацію виробництва, а засоби індивідуалізації підкреслюють конкурентні переваги конкретного підприємства. Саме цей зовсім інший характер використання впливає на особливості управління цими об'єктами [6].

До проблем патентного права належать такі: наявність у законі деклараційних патентів на винаходи, які не були видані з моменту прийняття ЦК; остаточне визначення законодавцем понять винаходу та корисної моделі; відсутність вказівки при оформленні конструкції зовнішнього вигляду та оригінальності виробу; відсутність заборони відмови власника патенту на промисловий зразок без попередження ліцензіата.

Проблеми із засобами індивідуалізації включають наступне: термінологічна невідповідність закону про торговельні марки (знаки для товарів та послуг); відсутність чіткого вирішення питання про конфлікт торговельних марок та географічних позначень; співвідношення найменування юридичної особи та комерційного найменування; закріплення Господарським кодексом України серед суб'єктів права на комерційне найменування ФОП [7].

Проблемним аспектом є остаточне визначення законодавцем понять винаходу та корисної моделі — другий термін вказується в дужках після першого, тоді дається загальне визначення [2]. Звичайно, що винахід та корисна модель мають велику спорідненість, але вони не тотожні. Лише читаючи умови патентоспроможності цих об'єктів, можна виділити різницю цих понять, але, на наш погляд, це повинно випливати з визначення.

Нагадаємо основні відмінності між винаходом та корисною моделлю. По-перше, критеріями патентоспроможності винаходу є новизна, промислова застосовність, винахідницький рівень; для корисної моделі це те саме, за винятком винахідницького кроку. По-друге, патент на винахід видається за результатами кваліфікаційної експертизи заявки на винахід, а корисна модель — за результатами формальної експертизи заявки на корисну модель. По-третє,

патент винаходу дійсний протягом 20 років, для корисної моделі — 10 [2]. У той же час, обсяг прав, наданих власникам патенту, аналогічний винаходу та корисній моделі [9]. У контексті промислових зразків існує проблема договірного регулювання, коли шляхом надання ліцензії або підписання ліцензійної угоди власник патенту передає право на використання промислового зразка іншій особі на визначений строк.

Бувають випадки, коли патентодавець відмовляється від промислового зразка, це право покладено на нього Законом України «Про охорону прав на промислові зразки» [3]. І тоді виникає проблема подальшої долі тих ліцензійних договорів, які були укладені з власником патенту ліцензіатом на використання промислового зразка.

Недоліком є те, що Закон «Про охорону прав на промислові зразки», на відміну від Закону «Про захист прав на винаходи та корисні моделі», не містить норми, яка б забороняла повну або часткову відмову власника патенту без попередження особи хто є користувачем відповідно до ліцензійної угоди [5, с. 5–6].

Існує також загальна проблема з товарними знаками та географічними позначеннями, пов'язаними з конфліктами. Деякі суб'єкти можуть бути зареєстровані як торгові марки або географічні позначення (наприклад, вода «Моршинська»). Зарубіжні науковці у цьому питанні поділяються на дві групи: європейські дослідники надають більшу перевагу географічним позначенням, заважають їм стати загальними (більшість виробників захищених географічних позначень походять з Європи). У свою чергу, держави англо-американської правової системи створили структуровану систему використання загальних географічних позначень [7].

В Україні, у випадку конфлікту прав щодо географічних позначень та товарних знаків, законодавець надає перевагу товарному знаку чи географічному позначенню, залежно від випадку: чи правильно зареєстрована ця торгова марка, чи використана до того, як географічне позначення було захищено, чи вона використовувалася протягом тривалого періоду часу та чи придбала вона репутацію та загальну публічність [4].

Слід зазначити, що у 2018 році урядом країни було схвалено законопроект щодо охорони прав на об'єкти інтелектуальної (промислової) власності. Запропонована модель охорони передбачає можливість швидко отримати патент на корисну модель; можливість швидкого припинення активності недобросовісних власників (так званих «тролінгових» патентів), а також — можливість визнання недійсними прав на корисну модель через звернення до Апеляційної палати при Мінекономрозвитку; подання заявок на реєстрацію патенту в електронній формі і надання можливості будь-якій особі оскаржити реєстрацію патенту протягом 6 місяців з моменту реєстрації [8].

На нашу думку, ухвалення Верховною Радою України цього законопроекту сприятиме досягненню європейського рівня охорони прав інтелектуальної власності на об'єкти промислової власності, створить передумови для активізації винахідницької діяльності та приведе до покращення інвестиційного клімату в України.

Висновки: Тема проблем правового регулювання промислової власності стає досить актуальною для сучасної юридичної науки зокрема і для суспільства в цілому. Велике значення належного регуляторного забезпечення Інституту інтелектуальної власності, полягає у необхідності створення сприятливої основи для інноваційної, винахідницької, творчої та наукової діяльності.

Однак створений при цьому Вищий суд з питань інтелектуальної власності не вирішить проблемних питань у сфері захисту прав інтелектуальної власності. На нашу думку, зараз нам потрібно зосередити свою увагу на реформуванні чинного законодавства у сфері прав інтелектуальної власності.

Література:

1. Цивільний кодекс України: Закон України від 16 січня 2003 р. № 435-IV. *Відомості Верховної Ради України*. 2003. № 40–44. Ст. 356.

2. Про охорону прав на винаходи і корисні моделі: Закон України від 15 грудня 1993 р. № 3687-XII // *Відомості Верховної Ради України.* 1994. № 7. Ст. 32.

3. Про охорону прав на промислові зразки: Закон України від 15 грудня 1993 року. *Відомості Верховної Ради України.* 1994. № 7. Ст. 34.

4. Андрощук Г. Конфлікт між торговельними марками та географічними позначеннями: механізми вирішення. *Теорія і практика інтелектуальної власності.* 2015. № 2. С. 31–40.

5. Бондаренко О. О. Основні напрями удосконалення національного законодавства у сфері охорони промислових зразків в Україні. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Юриспруденція.* 2015. № 15 (2). С. 4–7.
6. Дорожко Г. К., Балашова О. В., Воліков В. В. Об'єкти промислової власності: економічна сутність та особливості оцінки. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності.* 2014. Вип. 1 (10). Т. 2. С. 131–136.
7. Семенок О. Проблемні аспекти правового регулювання промислової власності. URL: https://www.businesslaw.org.ua/pravove-reguluvannya-promyslovoi-vlasnosti/
8. Уряд схвалив законопроект щодо охорони прав на об'єкти інтелектуальної (промислової) власності. URL: https://www.kmu.gov.ua/news/uryad-shvaliv-inicijovanij-minekonomrozvitku-zakonoproekt-shchodo-ohoroni-prav-na-obyekti-intelektualnoyi-promislovoyi-vlasnosti
9. У чому відмінність винаходу та корисної моделі? URL: https://www.msp-patent.com.ua/ua/3-v-chem-razlichiemezhdu-izobreteniem-i-poleznojj-modelyu.html

Власенко В. В.
«Правознавство», 2 курс
Юридичний інститут ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.ю.н., доцент кафедри цивільного та трудового права Богданець А. В.

КРИПТОВАЛЮТА ЯК ОБ'ЄКТ ЦИВІЛЬНОГО ПРАВА

XXI століття ознайменується початком активного та великого розвитку технологій. Кожного місяця ми можемо чути про той або інший технологічний прорив та сумарно кожного року спостерігаємо величезні виставки винаходів, де малі та великі компанії демонструють нові здобутки в різних галузях. Великі компанії та держави витрачають великі суми коштів на розвиток нових технологій. У свою чергу малі компанії намагаються також здійснити низку винаходів, що може збільшити їх вартість. Зі сказаного слід зробити висновок, що гроші витрачаються на винаходи, винаходи у свою чергу приносять гроші. Даний кругообіг має важливу змінну, при винаході, що зацікавить суспільство кількість виручених грошей суттєво більша ніж витрачених.

Метою даної роботи є висвітлення проблем правового забезпечення криптовалюти. **Актуальність роботи** пов'язана зі стрімким розвитком ринку криптовалют та відсутністю регулювання діяльності та обкладення податку осіб, що є власниками монет чи їх здобувачем.

Методи дослідження: структурно-логічний, системний, аналізу, дедуктивний, порівняльно-правовий, індукційний.

На сьогоднішній день в правовій доктрині відсутні глибокі дослідження щодо природи криптовалюти. Проблемі правовго регулювання криптовалют присвячені праці, зокрема В.Скрипника та А.Дудко [3]. Проте, багатьма науковцями проведено поверхневий огляд даного явища та виокремлено базові засади побудови та функціонування ринку криптовалют. Це також зумовлено відсутністю нормативного забезпечення криптовалюти в Україні, що не стимулює вітчизняних науковців на проведення широкого аналізу. На сьогодні існують тільки два законопроекти, які направлені на встановлення правового статусу криптовалюти.

У 2008 році був здійснено винахід, що призначений був змінити весь фінансовий світ. Даний винахід отримав назву «Криптовалюта». Криптовалюта — це сукупність зашифрованих даних, що станновлять цінність на світовому ринку. Причиною створення криптовалюти було бажання винахідників бути незалежними від держави та банку, а також забезпечити анонімність, стабільність та безпеку власним коштам. Адже кожна покупка, кожна витрата чи отримання грошей нині може бути відстежено банком чи державою, що може становити небезпеку для фінансового стану кожного, не говорячи вже про велику комісійну частину.

Цінність грошових одиниць, що є національною валютою тієї чи іншої держави також є різною. Вона забезпечується золотовалютним запасом країни, а також залежить від зовнішніх та внутрішніх факторів, що можуть виявлятися у позитивному чи негативному аспектах. В свою чергу, криптовалюта не є підкріпленою певним видом сировини чи коштовностей. Курс криптовалюти залежить тільки від довіри до неї. Адже багато людей бажають приховати свій фінансовий стан, тому починають використовувати криптовалюту. Чим більший курс

криптовалюти, тим більше цікавості цей винахід становить для ринку. Чим він цікавіший, тим частіше його використовують для купівлі- продажу. Чим частіше їм розплачуються, тим більше людей в нього вірить. Зазначена система дозволяє відійти від ризику знецінення певного активу чи певної держави тим самим стабілізувати власні кошти.

Для проведення транзакцій в цивільному праві виділяють два важливих об'єкта. Першим є гроші, тобто національна чи іноземна валюта, за допомогою можна проводити розрахунки у певному еквіваленті. Другим важливим об'єктом є річ або сукупність речей, що часто є предметом договору купівлі-продажу. Криптовалюта, як об'єкт цивільного права на сьогодні має проблему з визначенням її правової природи та призначення: оплачувати покупки чи бути предметом покупок.

На території України відсутні нормативно-правові акти, що регулюють питання криптовалюти. На сьогоднішній день в кулуарах Верховної Ради України містяться два законопроекти щодо ринку криптовалют, зареєстровані у 2017 році, а саме:

1) Проект Закону про стимулювання ринку криптовалют та їх похідних в Україні, що визначає криптовалюту, як децентралізований цифровий вимір вартості, що може бути виражений в цифровому вигляді та функціонує як засіб обміну, збереження вартості або одиниця обліку, що заснований на математичних обчисленнях, є їх результатом та має криптографічний захист обліку. Криптовалюта для цілей правового регулювання вважається фінансовим активом [4];

2) Проект Закону про обіг криптовалюти в Україні, що визначає криптовалюту, як програмний код (набір символів, цифр та букв), що виступає як об'єкт права власності, який може бути засобом міни, відомості про який вносяться та зберігаються у системі блокчейн в якості облікових одиниць поточної системи блокчейн у вигляді даних (програмного коду) [5];

Отже, зазначені вище законопроекти також не містять єдиного визначення стосовно властивостей криптовалюти, що не дозволяє сформулювати бачення на майбутнє законодавче закріплення ринку криптовалют в Україні.

Щодо досвіду зарубіжних країн, то слід зазначити, що практика законодавчого регулювання даного питання також доволі різноманітна, наприклад:

- У Норвегії криптовалюта не визнається реальними грошима, а класифікується як актив, який обкладається податком на зростання капіталу;
- В Іспанії криптовалюта прирівнюється до цифрових товарів або речей в межах цивільного законодавства;
- Німеччина не визнаватиме криптовалюту як іноземну валюту або електронні гроші, але легалізує його як «особисті гроші» або «одиниці обліку» і тому починає його оподаткування;
- Японія визначила криптовалюту повноцінним платіжним засобом, але японська єна залишається національною валютою;
- Китай визначає криптовалюту «віртуальним товаром», який за своєю природою не є валютою й не може обертатися та використовуватися на ринку як валюта [2, с. 39].

Таким чином, на сьогоднішній день криптовалюта є певною правовою новацією, що викликає багато питань та суперечок. Механізм криптовалюти, на нашу думку, є доволі прихованим від держави, а тому існування його у форматі повної конфіденційності навряд чи можливе. Слід відмітити, що вирішення питання правової регламентації ринку криптовалют в Україні є доволі нагальним та важливим, адже нині суб'єкти підприємницької діяльності у сфері криптовалют не обкладається жодним податком. У свою чергу податок на доходи фізичних осіб є також недієвим у даній ситуації, адже державі практично неможливо відслідковувати власників монет та осіб які займаються майнингом даних монет.

На нашу думку, слід внормувати криптовалюту за пропозицією проекту закону «Про обіг криптовалюти в Україні», що визначить її як об'єкт цивільного права. Гроші, за своєю будовою також відносяться до об'єктів цивільного права, але зі спеціальним статусом платіжного елементу. На відміну від грошової одиниці, криптовалюта не має всіх ознак, що притаманні грошам, а саме: не є предметом матеріального світу, що виключає можливість використання криптовалюти натурою, також віртуальна валюта не може бути предметом зобов'язання та позики. Криптовалюта не може використовуватися для безготівкового розрахунку, адже він має на меті встановлення прав вимоги, що за своєю суттю не може бути впроваджено до ринку криптовалют. Останнім критерієм є відсутність його забезпечення будь-яким активом чи державою, що не притаманне грошам. Водночас сукупність існуючих ознак, в цілому дозволяє віднести криптовалюту до предмету нематеріального світу, що становить інтерес міжнародного ринку та може бути придбаним, проданим, виміняним чи взятим у кредит, та інше.

Це дозволить уникнути суперечностей з багатьма законодавчими актами України, а також виключить ризик конкуренції державної валюти з криптовалютою, що може поставити під загрозу функціонування різних органів державної влади.

Література:

1. Цивільний кодекс України від 16 січня 2003 р. № 435-IV. *Відомості Верховної Ради України*. 2003. №,№ 40-44. Ст. 356.
2. Скрипник В. Місце крипто валюти в системі об'єктів цивільних прав. *Цивільне право і процес*. 2018. № 8. С. 38–43.
3. Дудко А. Г. Bitcoin – об'єкт цивільних прав чи інноваційна послуга у сфері розрахунків. *Науковий вісник публічного та приватного права*. 2017. № 5. С. 97–101.
4. Проект Закону про стимулювання ринку криптовалют та їх похідних в Україні. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=62710.
5. Проект Закону про обіг криптовалюти в Україні. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=62684.

Пасічник Н. З.
«Правознавство», 2 курс
Юридичний інститут ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.ю.н., доцент кафедри цивільного та трудового права Богданець А. В.

ОПІКА ТА ПІКЛУВАННЯ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ

Постановка проблеми. У сучасному світі, коли пропагується толерантне ставлення до всіх людей, кожному, хто цього потребує, надається допомога та підтримка. За законодавством України опіка встановлюється над фізичною особою у разі визнання її недієздатною, а також над малолітньою особою, якщо при розгляді справи буде встановлено, що вона позбавлена батьківського піклування. Щодо піклування, то воно встановлюється над фізичною особою у разі обмеження її цивільної дієздатності, а також над неповнолітньою особою, якщо при розгляді справи буде встановлено, що вона позбавлена батьківського піклування [2]. **Мета** цієї роботи дослідити проблемні аспекти опіки та піклування в Україні. Хоча опіка та піклування були ще у Стародавньому Римі, але на сьогоднішній час ця тема залишається актуальною, адже багато малолітніх та неповнолітніх осіб залишаються без батьківського піклування, не мала кількість і таких людей, які через проблеми із здоров'ям не можуть самостійно задовольняти свої потреби.

Методи дослідження: абстрагування, метод тлумачення правових норм, аналізу, порівняльно-правовий, формально-логічний.

Незважаючи на велику кількість органів та посадових осіб, що здійснюють державні функції щодо забезпечення дітей належним утриманням та вихованням, слід відзначити відсутність в законодавстві їх чіткої ієрархічної системи та розподілу повноважень. А це не найкращим чином впливає на якість такого забезпечення.

На сучасному етапі залишаються певні суттєві недоліки, а саме: не достатньо чітко розмежовано компетенцію органів виконавчої влади та місцевого самоврядування щодо здійснення опіки і піклування у чинних правових актах; практично не передбачено участь громадськості у вирішенні завдань опіки та піклування; відсутня чітка визначеність правового статусу підопічних та відповідальність опікунів (піклувальників) тощо [1].

Незважаючи на таку значущість опікунів та піклувальників, деякі з них не до кінця усвідомлюють свою роль та не виконують свої обов'язки. Проаналізувавши судову практику я виділила найбільш поширені правопорушення, які виникають у цій сфері та поділила їх на дві групи: ті, які здійснюються безпосередньо самими органами опіки та піклування та особисто піклувальниками та опікунами.

Порушення, які здійснюються піклувальниками та опікунами:

- Ненадання підопічним належних умов проживання

До суду звернувся представник Управління праці та соціального захисту населення виконкому Металургійної районної у місті ради. У його позові було зазначено, що у приміщенні,

де проживала недієздатна особа, над якою було встановлено опіку, жахливі умови, антисанітарія, а сам опікун у цей час була у нетверезому стані та перешкоджала здійсненню огляду [6].

- Залишення недієздатних підопічних осіб без належного догляду та лікування

Тут зазначається, що опікун, який повинен був опікуватися двома недієздатними особа нехтував своїми обов'язками, зловживав алкогольними напоями, внаслідок чого дві недієздатні особи проводили асоціальний спосіб життя, забруднювали сходові клітини під`їзду, шукали їжу у сміттєвих баках, а один із них взагалі проживав на сходовій клітині. Таким чином опікун залишив їх без належного догляду та лікування, від чого ще й страждали інші люди.

- Не сприяння опікунами розвитку дітей, не забезпечення їх речами першої необхідності.

Зазначається, що при огляді умов проживання підопічних була виявлена антисанітарія, у дітей було відсутнє взуття, а при спілкуванні з ними виявилося, що вони ще погано розмовляють, а це не типово для їхнього віку [4].

- Використання опіки з корисливою метою на шкоду підопічному

Суд розглянув справу, яка полягала у наступному: опікун використовувала помешкання підопічної недієздатної особи для здачі її в оренду, саму ж недієздатну особі відправила жити до своєї лежачої хворої матері, де умови були антисанітарні. Зазначена недієздатна особа спала на кушетці, яка була менша за її ріст, а при огляді була одіта не по сезону. Таким чином були підстави стверджувати, що опікун, яка отримувала державну соціальну допомогу інваліду з дитинства 1 групи з надбавкою на догляд та пенсію в зв'язку з втратою годувальника, використовувала кошти на особисті потреби [7].

Порушення, які здійснюються органами опіки та піклування:

- Бездіяльність органів опіки та піклування

Суд вказав на не встановлення опіки та не призначення опікуна над недієздатною особою, не здійснення контролю за діяльністю опікуна , якістю, достатністю здійснених ним повноважень щодо підопічної з метою недопущення порушення її прав та інтересів, не вжиття заходів щодо збереження нерухомого та іншого майна, яке перебуває у власності недієздатної особи та ін. Суть ситуації полягає в тому, що опікун жив далеко від особи, за якою мав доглядати, за станом свого здоров'я не міг здійснювати свої повноваження, про що повідомляв орган опіки та піклування, але останній ігнорував його [8].

- Ненадання висновку про доцільність позбавлення батьківських прав

Це досить поширена ситуація, коли органи опіки та піклування вирішують позбавити особу батьківських прав без надання висновку про доцільність такого діяння [6].

- Прийняття рішення без присутності заінтересованої особи

Насправді таке свавільство є недопустимим, адже орган опіки та піклування прийняв рішення про позбавлення батьківських прав особи, яку навіть не заслухав, хоча ч.5 ст. 19 Сімейного кодексу України передбачає повний та всебічний розгляд таких справ, а заслуховуючи лише одну сторону такий розгляд є неможливим [3].

- Залишення малолітніх (неповнолітніх) без батьківської опіки (піклування)

Суть ситуації полягає у тому, що малолітню особу, в якої померла матір, а від батька забрали батьківські права, залишили без опікуна, при цьому відмовляючи надати цей статус бабусі, яка забрала до себе цю малолітню особу, і проти якої остання не заперечувала. У цей період малолітня особа не могла вчиняти деякі правочини, які передбачають підпис осіб, які за нею доглядають, а це порушення прав дитини [4].

- Неявка на судове засідання

Хоча орган опіки та піклування надав висновок про доцільність позбавлення батьківських прав, проте він не був достатньо обгрунтованим, також було подано заяву про розгляд справи без їхньої участі у судовому процесі, але відповідно до ч. 4 ст. 19 СК України у типі таких справ обов'язковою є участь органу опіки та піклування, представленого належною юридичною особою [7].

Досліджуючи зарубіжний досвід, слід звернути увагу на те, що Англійський суд, керуючись власним правом, може призначити опіку над неповнолітнім британським підданим, навіть доміцильованим за кордоном, і над іноземцем, який доміцильований або тільки тимчасово перебуває на території Великобританії. У Франції неповнолітнього у всіх актах цивільного життя, за винятком випадків, коли неповнолітній зобов'язаний діяти самостійно відповідно до закону, представляє законний адміністратор. Згідно зі ст. 398 ФЦК навіть якщо є заповідальний опікун, опіка встановлюється на сімейній раді, куди входять принаймні чотири особи. В Італії канцелярія судді по справах опіки зберігає всю інформацію, що стосу-

ється здійснення опіки (піклування) щодо конкретних осіб, тобто виконує багато в чому ті функції, які в Україні покладені на органи опіки та піклування [9].

Отже, тема проблемних аспектів та піклування в Україні є дуже важливою, адже від цього залежить життя великої кількості людей. Виявляючи ці аспекти появляється можливість вчасного регулювання як окремих конкретних справ так і зміни законодавства України в цілому. Наведені факти свідчать про те, що слід приділяти більшу увагу контролю органів опіки та піклування. Відповідно, якщо буде здійснюватися пильний контроль за їхньою діяльність, то вони у свою чергу будуть забезпечувати добросовісне виконання опікунами та піклувальниками своїх обов'язків. Найголовніше — це вчасне виявлення правопорушень та належне реагування на них.

Література:

1. Конституція України від 28 червня 1996 р. № 254к/96-ВР. *Відомості. Верховної Ради України*. 1996. № 30. Ст. 141.
2. Цивільний кодекс України: Закон України від 16 січня 2003 р. № 435-IV. *Відомості Верховної Ради України*. 2003. № 40. Ст. 356.
3. Сімейний кодекс України: Закон України від 10 січня 2002 р. № 2947-III. URL: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2947-14
4. Про забезпечення організаційно-правових умов соціального захисту дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування: Закон України від 13 січня 2005 р. № 2342-IV/ URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2342-15
5. Про затвердження Правил опіки та піклування: наказ Державного комітету України у справах сім'ї та молоді, Міністерства освіти України, Міністерства охорони здоров'я України, Міністерства праці та соціальної політики України від 17 червня 1999 р. № 34/166/131/88. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0387-99
6. Питання діяльності органів опіки та піклування, пов'язаної із захистом прав дитини: Постанова Кабінету Міністрів України від 24 вересня 2008 р. № 866. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/866-2008-%D0%BF
7. Єдиний державний реєстр судових рішень. URL: http://www.reyestr.court.gov.ua/
8. Єдиний державний реєстр судових рішень. URL: https://court.opendatabot.ua/#/
9. Яніцька І. А. Зарубіжний досвід правового регулювання інституту опіки та піклування. *Правова держава*. 2016. № 21. С. 175–182.

Ткач О. О.
«Правознавство», 5 курс
Юридичний інститут ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник к.ю.н., доцент кафедри цивільного та трудового права Білоусова Н. О.

ПРАВОВА ПРИРОДА КОМП'ЮТЕРНОГО КОДУ

Динамічні зміни у глобальній економіці у рази підвищують попит на інтелектуальну працю, в тому числі і на комп'ютерне програмування. Хоча питання, яким інститутом права інтелектуальної власності: авторського, патентного чи інституту sui generis, регулювати захист та комерціалізацію комп'ютерних програм, вирішене на користь авторського права, — дискусії щодо їхньої правової природи тривають. Зокрема, актуальним є питання щодо основи комп'ютерної програми — комп'ютерного коду: чому за правовим режимом його прирівняно до твору літератури та якою є межа між порушенням авторського права на код і його правомірним використанням (*fair use*).

Бернська конвенція про охорону літературних і художніх творів, Угода про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності (Угода ТРІПС), Договір Всесвітньої організації інтелектуальної власності про авторське право та інші міжнародні і регіональні акти прирівнюють комп'ютерні програми до літературних творів. Бернська конвенція умовно ділить твори на вісім груп. Одна з них включає книги, брошури та інші письмові твори. Категорія «інші письмові твори» достатньо широка, охоплює усі види письмових творів, незалежно від пре-

дмету (художні, нехудожні, наукові, технічні тощо), способу фіксації, а також того, чи можуть вони бути зрозумілими будь-якій людині безпосередньо, або вони виражені кодом і для їх розуміння необхідне певне обладнання [1]. З такого твердження випливає, що комп'ютерні програми (комп'ютерний код) кваліфікуються так само, як і, наприклад, наукові статті. Проте, як в теорії, так і на практиці таке прирівняння виявляється не таким простим, що грає неабияку роль для визначення правової природи комп'ютерного коду.

В ході проведеного дослідження метод аналогії використовувався при зіставленні комп'ютерного коду з текстом наукової статті, аналіз — при розмежуванні комп'ютерного коду від інших об'єктів авторського права та дослідженні практичного кейсу.

Проблематику правової природи комп'ютерного коду у своїх працях досліджували А. І. Абдуллін, Ю. Є. Атаманова, В. І. Березанська, Є. П. Гаврилов, А. Б. Гельб, Шемтов Н. та інші. В своїх дослідженнях науковці звертали увагу як на теоретичні, так і на практичні аспекти цього питання.

Хоча «текст» комп'ютерного коду має захищатися так само, як текст наукової статті, зазначені об'єкти безперечно мають характерні відмінності. По-перше, наукова стаття створюється з метою прочитання людиною для отримання інформації, тоді як комп'ютерний код, навіть якщо він написаний у зрозумілій для людини формі, являє собою набір команд, адресованих пристрою. По-друге, слід звернути увагу на правило, за яким авторське право захищає не саму ідею, а форму її вираження. За цим правилом, якщо інший автор використає ідеї, викладені у науковій статті, у своїй власній формі: інакше кажучи, іншими словами та відмінною структурою тексту, без копіювання уривків вихідної наукової статті; або скопіює частину тексту в якості цитування з посиланням на джерело, — таке використання не вважатиметься порушенням авторського права. Однак, таку саму логіку важко застосувати і до комп'ютерних кодів, оскільки використання та копіювання конкретної форми вираження, створеної первинним автором, може бути обумовлене цілком розумними причинами функціонального характеру. Таке твердження випливає із умови про нефункціональність об'єкта авторського права. Маються на увазі випадки, коли частина коду спрямована на відтворення функції або ідеї, або використання частини коду обумовлено вимогами до апаратних засобів чи обмеженнями, пов'язаними зі сумісністю та інтероперабельністю, — і це може бути виражено тільки одним способом або обмеженою кількістю способів. З цього випливає, що така форма вираження вважається похідною від ідеї чи функції, яка не підлягає охороні і, як наслідок, є ідентичною їй, а отже не охороняється авторським правом. Це правило являється повним відображенням «доктрини злиття» (*Merger Doctrine*), метою застосування якої є обмеження монополії на концепції та ідеї шляхом отримання авторських прав на єдиний спосіб їх вираження чи реалізації [2].

Наведене правило розвіює хибну думку про використання «незначної» частини коду пропрієтарного програмного забезпечення (англ. proprietary software — це програмне забезпечення, на яке зберігаються як немайнові, так і майнові авторські права [3]), тобто при розробці комп'ютерних програм заборонено копіювати будь-яку частину пропрієтарного коду, навіть незначну. Таким чином, доходимо до узагальнення, що текст наукової статті може бути правомірно цитований, натомість комп'ютерний код може бути скопійований правомірно лише в тому випадку, якщо іншого способу його відтворення не існує.

Показовим прикладом вирішення спору з аналізом використання частини програмного коду на можливість застосування «доктрини злиття» є спір Oracle v. Google, який розпочався у 2010 та триває досі. Компанія Oracle є власником прав інтелектуальної власності на мову програмування Java. Для належного функціонування цієї мови програмування необхідно використовувати інтерфейс прикладного програмування Java (Java Application Programming Interface (API)), що являє собою бібліотеку попередньо написаних функцій, яка поділена на пакети, що включають коди-декларації та коди-реалізації. Компанія Google мала намір використати коди та інтерфейс Java в операційній системі Android. Не вдаючись до подробиць перемовин між компаніями, зазначимо, що в отриманні ліцензії Google було відмовлено, оскільки імплементація мови Java до Android повністю б перекреслила ідею мови Java: «*write once, run anywhere*». Однак, Google не відступила від свого наміру і в обхід відмови у наданні ліцензії використала 37 Java API та 11 500 рядків коду, що являються центральними для Java, взявши їх з відкритого ресурсу Apache Harmony, що діє за методологією cleanroom. Виявивши порушення своїх авторських прав, компанія Oracle звернулася до суду [4].

Перш ніж аналізувати рішення суду у даній справі, звернемо увагу на те, що авторське право забезпечує охорону програмного коду, який включає в себе частини, що відносяться, в тому числі, і до інтерфейсу. Однак, в основі однакових або аналогічних по суті інтерфейсів

може бути закладений різний код. Для того, щоб інтерфейс в цілому міг підпадати під авторсько-правову охорону, він має бути оригінальним та мати нефункціональний характер. Навіть за умови, що більшість елементів робочої області є стандартними, інтерфейс може мати оригінальні аспекти. Слід розуміти, що при умові стандартності всіх аспектів інтерфейсу, якщо вони мають особливу структуру, то саме ця структура матиме авторсько-правову охорону. Але крім цього, для забезпечення охорони в рамках авторського права необхідно довести, що сам інтерфейс не обумовлений функціональними міркуваннями [2]. Дане питання є достатньо складним і лежить в технічній площині, однак з позиції права інтелектуальної власності вбачається необхідним відмежовувати програмний код від елементів, які є похідними від нього. Тобто, створення похідного коду (з позиції авторського права — похідного твору) з метою копіювання інтерфейсу, який є похідним елементом від вихідного коду, не буде порушенням авторських прав на код.

Повертаючись до кейсу Oracle v. Google зазначимо, що Окружний суд, як при першому розгляді справи, так і при повторному, виніс рішення на користь Oracle. Суд встановив, що загальна структура пакетів API Oracle є творчою, оригінальною та нагадує систематику. Проаналізувавши матеріали справи та пояснення сторін, суд дійшов висновку, що мета Google полягала в підвищенні привабливості нової, ще не відомої платформи Android та бажанні уникнути «важкої роботи» по переписуванню коду, тому «доктрина злиття» у цьому випадку застосовуватись не може [5]. Справа Oracle v. Google досі не завершилася, Компанія Google продовжує відстоювати свою позицію та звернулася до Верховного суду з клопотанням про Certiorari (перегляд судового рішення органу нижчого рівня). У своєму зверненні Google зосередила свою увагу на тому, чи поширюється авторське право на програмний інтерфейс API, а також на те, чи є використання Google Java API добросовісним використанням (fair use) [6]. Остаточне ж рішення очікується наприкінці 2020 або на початку 2021 року.

Дослідивши питання правової природи комп'ютерного коду, приходимо до висновку, що цей об'єкт права інтелектуальної власності цілком виправдано охороняється як літературний твір, що підтверджується рядом аргументів. По-перше, незважаючи на те, що код зазвичай сприймається не живою істотою, а технічним пристроєм, він створюється суб'єктом авторського права, який вкладає в нього свою інтелектуальну творчу працю, є оригінальним, а тому підлягає охороні. По-друге, на відміну від, наприклад, тексту наукової статті, код не може бути процитований за правилами цитування. Однак, аналогом цитування для коду (частини коду) є його копіювання, що дозволяється лише у випадку неможливості створити похідний код через технічні вимоги. Тобто, ставиться вимога виправданості використання. По-третє, код виправдано захищається як літературний твір, оскільки він відмежовується від об'єктів, що є похідними від нього. Так, однаковий інтерфейс чи зображення можуть бути відтворені різним кодом. В цьому випадку порушення буде в площині прав на зображення або інтерфейс (за умови їхньої охороноздатності), тоді як посягання на авторські права на код відсутні.

Література:

1. Руководство к договорам ВОИС в области авторского права и смежных прав и глоссарий соответствующих терминов. ВОИС. 2004. 322 с. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/ru/copyright/891/wipo_pub_891.pdf
2. Шемтов Н. Интеллектуальная собственность и мобильные приложения. ВОИС. URL: https://www.wipo.int/export/sites/www/ip-development/ru/agenda/pdf/ip_and_mobile_applications_study.pdf
3. Тлумачний словник з інформатики / Г.Г. Півняк, Б.С. Бусигін, М.М. Дівізінюк та ін. — Д., Нац. гірнич. ун-т, 2010. — С. 495 http://pzks.nmu.org.ua/ua/pdf/tlumachniy-slovnik-z-informatiki.pdf
4. Dorothy R. Google v. Oracle: Will Software Be Free? The National Law Review. 2020. URL: https://www.natlawreview.com/article/google-v-oracle-will-software-be-free
5. Oracle Am., Inc. v. Google Inc. United States Court of Appeals, Federal Circuit. May 9, 2014. URL: https://www.leagle.com/decision/infco20140509135
6. Stohr, Greg. Google Gets U.S. Supreme Court Hearing in Oracle Copyright Clash. Bloomberg Businessweek. Issued November 15, 2019. URL: https://www.bloomberg.com/news/ articles/2019-11-15/google-gets-u-s-supreme-court-hearing-in-oracle-copyright-clash?cmpId=google

Ярещенко К. А.
«Правознавство», 3 курс
Юридичний інститут ДВНЗ «Київський національний
економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — к.ю.н., доцент кафедри цивільного
та трудового права Білоусова Н. О.

ОСОБЛИВОСТІ ДОСУДОВОГО ВИРІШЕННЯ ДОМЕННИХ СПОРІВ ЗА УЧАСТЮ ВІТЧИЗНЯНИХ СУБ'ЄКТІВ

Доменні імена створені для того, щоб легко запам'ятовувати IP-адреси, що, в свою чергу, є перевагою при веденні підприємницької або іншої діяльності. Конфліктів, пов'язаних із використанням доменних імен, які порушують засади добросовісної конкуренції, а також права інтелектуальної власності, в Україні стає дедалі більше. **Особливо актуальною** дана тема стає в умовах сьогодення, коли відбувається стрімкий перехід бізнесу в режим он-лайн.

Метою дослідження є розгляд та комплексний аналіз процедури досудового вирішення доменних спорів за допомогою Центру арбітражу і медіації Всесвітньої організації інтелектуальної власності (далі — ВОІВ) за уніфікованою процедурою, заснованою на Єдиній політиці розв'язання доменних спорів (далі — UDRP) як альтернативи судовому розгляду.

В ході дослідження були використані **наступні методи**: загальнонаукові (аналізу, порівняння, дедукції, індукції, та ін.), спеціальні методи (системний, соціологічний, метод моделювання та ін.), а також приватно-наукові методи дослідження (порівняльно-правовий, формально-юридичний та ін.).

Дослідженню правового регулювання доменних спорів присвячена низка публікацій вітчизняних та зарубіжних науковців, зокрема, Д. Колосова, В.В. Бонтлаб, А.Ю. Чупрова, К.І. Гладкої, В.О. Мордвинови та інших.

Вітчизняне законодавство містить ряд дефініцій «домену», «доменного імені». Так, відповідно до Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» [1] доменне ім'я — ім'я, що використовується для адресації комп'ютерів і ресурсів в Інтернеті. Згідно із визначеннями, закріпленими у ст. 1 Закону України «Про телекомунікації» [2], домен — частина ієрархічного адресного простору мережі Інтернет, яка має унікальну назву, що її ідентифікує, обслуговується групою серверів доменних імен та централізовано адмініструється. Домен.UA — домен верхнього рівня ієрархічного адресного простору мережі Інтернет, створений на основі кодування назв країн відповідно до міжнародних стандартів для обслуговування адресного простору українського сегмента мережі Інтернет. Домен другого рівня — частина адресного простору мережі Інтернет, що розташовується на другому рівні ієрархії імен у цій мережі. Також вирізняють такий рівень як піддомен або субдомен — відносне поняття, яке є частиною доменного імені більш високого рівня, та використовується для адресації відповідного розділу сайту або ресурсу в інтернеті.

Слід наголосити, що відповідно до законодавства України та інших країн доменне ім'я не розглядається як окремий об'єкт права інтелектуальної власності, тому реєстрація торговельної марки та закріплення прав на доменне ім'я — єдина можливість забезпечити сильну правову позицію в ймовірних доменних спорах. Наявність зареєстрованої торговельної марки є обов'язковою умовою для реєстрації доменного імені другого рівня в найпрестижнішій доменній зоні України — «UA».

Наразі в Україні передбачене досудове та судове вирішення доменних спорів. Досудове вирішення доменного спору здійснюється за допомогою медіації, арбітражу, звернення до Антимонопольного комітету України та звернення до третейських судів. Доцільно зупинитися на вирішенні доменних спорів за допомогою арбітражної установи ВОІВ за уніфікованою процедурою, заснованою на UDRP.

Варто зазначити, що з 19.03.2019 р. стосовно доменних імен другого рівня «.UA» та з 19.12.2019 р. стосовно доменних імен третього рівня «.com.ua» вітчизняні суб'єкти отримали можливість звертатися за розглядом доменних спорів до Центру арбітражу і посередництва ВОІВ, що відбувається за уніфікованою процедурою, заснованою на UDRP. Акцентую увагу, що така можливість стосується тільки тих спорів, що пов'язані із зареєстрованою торговельною маркою.

Слід зазначити, що процедурні правила з вирішення спорів щодо доменних імен в зоні «UA» у Центрі арбітражу і посередництва ВОІВ закріплені у Правилах Єдиної політики вирішення спорів щодо доменних імен в домені .UA (далі — «Правила.UA») [3] та Додаткових правилах ВОІВ до Єдиної політики вирішення спорів щодо доменних імен в домені .UA [4].

У «Правилах .UA» обумовлено можливість особі, яка має права на торговельну марку (позивачу) звернутися до Центру арбітражу і посередництва ВОІВ зі скаргою установленої форми, довівши наступні факти: по-перше, доменне ім'я відповідача є ідентичним або оманливо подібним до знака для товарів та послуг, на який позивач має права; по-друге, при цьому у відповідача немає прав або законних інтересів щодо доменного імені; по-третє, доменне ім'я зареєстроване або використовується недобросовісно. Слід наголосити, що позивач повинен довести усі ці факти у сукупності.

Слід зазначити, що переваги розгляду доменних спорів за цією процедурою є значними, адже по-перше, це дешевше, ніж судове провадження; по-друге, безпечно — з моменту ініціації спору домен в безумовному порядку блокується і до кінця справи гарантовано не змінить власника. По-третє, це швидко — від подання скарги і до остаточного рішення проходить в середньому близько 3-х місяців.

Суттєвим є те, що процедура передбачає лише три види рішення: передати домен позивачеві, анулювати реєстрацію домену або відмовити в позові. Рішення арбітражу є обов'язковим, воно швидко і безумовно виконуються реєстраторами.

Як зазначалося вище, процедура розгляду спору у такий спосіб досить проста та однозначна. Розпочинається із подання скарги за визначеною на сайті ВОІВ формою. Далі Центр ВОІВ із арбітражу та посередництва визначає, чи підлягає спір розгляду за UDRP, здійснює комунікацію з учасниками спору. Після підтвердження, що спір підлягає розгляду за UDRP, направляється запит до реєстратора для блокування домену на час провадження. Після того, як відповідач отримає повідомлення про наявність скарги та відкриття адміністративного провадження за зазначеною процедурою, він має 20-денний строк для того, щоб надіслати відповідь на скаргу (форма відповіді наявна на сайті ВОІВ). Потім Центр ВОІВ з арбітражу та посередництва призначає експерта та незабаром видає рішення, яке є остаточним та обов'язковим.

10 квітня 2019 року Центр арбітражу та посередництва ВОІВ отримав першу скаргу на реєстрацію доменного імені в Україні. Скарга була подана китайською компанією OPPO Pte. LTD, яка є відомим виробником мобільних телефонів та електроніки, а також увійшла у п'ятірку світових лідерів смартфонів у 2018 році. Відповідачем у цій справі стала українська фізична особа, яка зареєструвала торговельну марку «OPPO», зареєструвала доменне ім'я oppo.ua та контролювала сторінку в соціальній мережі Фейсбук від імені «OPPO Community Україна».

За результатами розгляду справи Центром арбітражу та посередництва ВОІВ було прийнято рішення про делегування доменного імені заявнику — компанії OPPO Pte. LTD, оскільки відповідач недобросовісно зареєстрував торговельну марку «OPPO» в Україні (свідоцтво № 201789), а тому не має законних прав на використання спірного доменного імені. Цікавим є той факт, що експерт, який розглядав цю справу (Тарас Кислий), застосувавши принцип добросовісності, прийняв рішення на користь китайської компанії, не дивлячись на чинне свідоцтво України на знак для товарів і послуг «OPPO», що і досі належить відповідачу, — це можна розглядати як приклад застосування принципу верховенства права, коли правовим принципам надається вища юридична сила, ніж «букві закону» [5].

Підсумовуючи, хочу зазначити, що нині Україна сприймає міжнародно-визнані правила регулювання спірних відносин у інформаційній сфері, що робить цю сферу більш прозорою і надає можливість українським суб'єктам бути їх повноцінними учасниками.

Література:

1. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг: Закон України від 15.12.1993 № 3689-XII. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3689-12
2. Про телекомунікації: Закон України від 18.11.2003 № 1280-IV. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1280-15
3. Правила Єдиної політики вирішення спорів щодо доменних імен в домені .UA. URL: https://hostmaster.ua/policy/ua-drp/files/UA-Policy-UK.pdf
4. Додаткові правила Всесвітньої Організації Інтелектуальної Власності до Єдиної політики вирішення спорів щодо доменних імен в домені.UA. URL: https://hostmaster.ua/policy/ua-drp/files/Supplemental-Rules-UA-WIPO-UK.pdf.
5. Рішення ВОІВ по доменним спорам DUA2019-0001. URL: https://www.wipo.int/amc/en/domains/search/text.jsp?case=DUA2019-0001.

Наукове видання

Збірник доповідей 87-ї наукової студентської конференції

ІННОВАЦІЙНА УКРАЇНА: КРЕАТИВНІ ІДЕЇ ТА ПРОЕКТИ

(4–13 травня 2020 р.)

Коректор *Н. Підлужна*

Верстка *О. Руденко*

Підп. до друку 14.07.2020.
Формат 60×84/8. Друк. арк. 34,16. Зам. 20-5620.

Державний вищий навчальний заклад
«Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
03680, м. Київ, проспект Перемоги, 54/1
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру
суб'єктів видавничої справи (серія ДК, № 235 від 07.11.2000)
Тел./факс (044) 537-61-41; тел. (044) 537-61-44
E-mail: publish@kneu.kiev.ua