

Тернопільський національний технічний  
університет імені Івана Пулюя

Тернопільська міська рада

Корпорація «Науковий парк «Інноваційно-  
інвестиційний кластер Тернопілля»

«Страхова компанія «ТАС»

Вроцлавський економічний університет  
Університет «Опольська Політехніка»  
Університет прикладних наук в Нисі

Індо-Європейська освітня фундація  
(Республіка Польща)

Університет Дунареа де Йос м. Галац  
(Румунія)

Ternopil Ivan Puluj National Technical  
University

Ternopil City Council

Corporation «Scientific Park – Innovation and  
Investment Cluster of Ternopil Region»

Insurance company «TAS»

Wroclaw University of Economics  
Opole University of Technology  
University of Applied Sciences in Nysa

Indo-European Education Foundation  
(the Republic of Poland)

University Dunarea de Jos of Galati (Romania)

## **МАТЕРІАЛИ**

*V Міжнародної науково-практичної конференції  
«ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ЗМІЦНЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ  
ПОЗИЦІЙ НАЦІОНАЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ У  
ГЛОБАЛЬНОМУ, РЕГІОНАЛЬНОМУ ТА ЛОКАЛЬНОМУ ВИМІРАХ»*

*Proceedings of the 5<sup>th</sup> International Scientific-Practical Conference  
“FORMATION OF THE MECHANISM OF NATIONAL ECONOMIC SYSTEMS  
COMPETITIVE POSITIONS STRENGTHENING IN  
GLOBAL, REGIONAL AND LOCAL DIMENSIONS”*

Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції «Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах» (30 жовтня 2020 р.) / Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя. – Тернопіль: ФОП Паляниця В. А., 2020. – 90 с.

#### ПРОГРАМНИЙ КОМІТЕТ

**Голова – Марущак П.О.**, проректор з наукової роботи ТНТУ, д.т.н., професор

**Співголова – Ціх Г.В.**, декан факультету економіки та менеджменту ТНТУ, к.е.н., доцент

**Співголова – Панухник О.В.**, завідувач кафедри економіки та фінансів ТНТУ, д.е.н., професор

**Члени:**

**Дейнека Ю.П.** – начальник управління стратегічного розвитку міста Тернопільської міської ради (м. Тернопіль, Україна)

**Демкура Т.В.** – віце-президент з питань регіонального розвитку Міжнародної торгової палати ICC Ukraine (м. Тернопіль, Україна)

**Колос О.С.** – директор ТОВ «Торговий дім «Інтеграл» (м. Тернопіль, Україна)

**Тимошик М.М.** – директор ТОВ «Маркетингові технології ПБС» (м. Тернопіль, Україна)

**Химич Г.П.** – директор Корпорації «Науковий парк «Інноваційно-інвестиційний кластер Тернопілля»» (м. Тернопіль, Україна)

**Яцишин Н.З.** – директор «Страхова компанія «ТАС» (м. Тернопіль, Україна)

**Зелінська Анетта** – професор факультету управління, комп'ютерних наук та фінансів Вроцлавського економічного університету, Dr.Hab (м. Вроцлав, Республіка Польща) – за згодою

**Клеменс Бригіда** – доцент кафедри регіональної політики Університету «Опольська Політехніка», Ph.D (м. Ополь, Республіка Польща) – за згодою

**Опалка Анна** – керівник відділу з міжнародних зв'язків Університету прикладних наук в Нисі, PhD (м. Ниса, Республіка Польща) – за згодою

**Вілімовська Зоф'я** – директор інституту фінансів Університету прикладних наук в Нисі, Dr.Hab. (м. Ниса, Республіка Польща) – за згодою

**Рокіта-Поскарт Діана** – асистент кафедри регіональної політики Університету «Опольська Політехніка», Ph.D (м. Ополь, Республіка Польща) – за згодою

**Кумар Прадіп** – голова Індо-Європейської освітньої фундації, PhD (м. Варшава, Республіка Польща) – за згодою

**Зека Єкатеріна Даніела** – виконавчий директор Документаційного центру управління маркетингу в промисловості та сільському господарстві, Університет Дунареа де Йос м. Галац, PhD (м. Галац, Румунія) – за згодою

#### ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

**Голова – Панухник О.В.**, завідувач кафедри економіки та фінансів ТНТУ, д.е.н., професор

**Члени:**

**науково-педагогічні працівники кафедри економіки та фінансів ТНТУ:**

Артеменко Л.Б., Винник Т.М., Дячун О.Д., Константюк Н.І., Крамар І.Ю., Крупка А.Я., Мариненко Н.Ю., Нагорняк І.С., Левицький В.О., Подвірна Т.В., Радинський С.В., Тимошик Н.С.

Науковий секретар

**Маркович І.Б.** – доцент кафедри економіки та фінансів ТНТУ ім. І. Пулюя, к.е.н., доцент

*Рекомендовано до друку Вченою радою факультету економіки та менеджменту Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, протокол № 3 від 29 жовтня 2020 р.*

Відповідальність за зміст і достовірність публікацій несуть автори.

**ISBN 978-617-7875-10-8**

## ЗМІСТ

### СЕКЦІЯ 1

#### Розвиток соціально-економічних систем мікро-, мезо- і макрорівня: конфлікт традиційних моделей та економічних реалій 21 століття

<b>Marynenko Nataliia, Rudiuk Iryna</b> ANTI-CRISIS MANAGEMENT UNDER MODERN CONDITIONS.....	6
<b>Грицишин Вікторія, Гац Любов</b> АНАЛІТИЧНИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ .....	7
<b>Гула Інна</b> ГОЛОВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТА РИЗИКИ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ.....	11
<b>Данилків Тетяна</b> ПРОБЛЕМНІ МОМЕНТИ СТВОРЕННЯ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА В УКРАЇНІ.....	13
<b>Калінін Назар</b> ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ДЕРЖАВИ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ЕФЕКТИВНОСТІ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ.....	16
<b>Левицький Віталій</b> ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ.....	17
<b>Маркович Ірина</b> ГРАВІТАЦІЙНІ МОДЕЛІ В ПРОЦЕСАХ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ВІДСТАНИ МІЖ КРАЇНАМИ.....	19
<b>Панухник Олена, Провальна Юлія</b> СЦЕНАРІЇ ПОВЕДІНКИ ТРУДОВИХ МІГРАНТІВ, ЩО ВИМУШЕНО ПОВЕРНУЛИСЯ В УКРАЇНУ .....	22

### СЕКЦІЯ 2

#### Особливості інтеграції держави, бізнесу, науки, освіти в умовах цифровізації суспільства

<b>Kolomenska Albina</b> FOREIGN EXPERIENCE OF SMALL BUSINESS SUPPORT.....	24
<b>Винник Тетяна</b> СТУДЕНТОЦЕНТРОВАНИЙ ПІДХІД В ОН-ЛАЙН НАВЧАННІ.....	25
<b>Дурман Микола, Дурман Олена</b> ФОРМУВАННЯ ОСВІТНЬОЇ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ В КОНТЕКСТІ ПРОВЕДЕННЯ РЕФОРМИ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ.....	27
<b>Олексюк Вікторія</b> ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ГАРМОНІЗАЦІЇ ЦИФРОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ...	29

### СЕКЦІЯ 3

#### Роль та потенціал вітчизняного підприємництва у розвитку економічно стійкої держави

<b>Бурка Олександр</b> ЕФЕКТИВНЕ УПРАВЛІННЯ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЇХНІЙ ВПЛИВ НА СТРУКТУРУ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА.....	31
<b>Дячун Ольга</b> ОЦІНКА РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ СЛУЖБИ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	34

<b>Катрусяк Христина</b> ЕВОЛЮЦІЯ ПОГЛЯДІВ НА МОТИВАЦІЮ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	35
<b>Константюк Наталія, Баліцький Сергій</b> УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА СТРУКТУРУ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	38
<b>Крамар Ірина, Машгалер Юрій</b> ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА У ЗМІННИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ.....	41
<b>Лазарева Вікторія, Миронюк Марія</b> РОЛЬ І ПОТЕНЦІАЛ ВІТЧИЗНЯНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНО СТІЙКОЇ ДЕРЖАВИ.....	43
<b>Мазуренок Оксана, Грицишин Вікторія</b> РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В ПЕРІОД КАРАНТИННИХ ОБМЕЖЕНЬ.....	45
<b>Тарасюк Тетяна</b> ПРОБЛЕМА РОЗВИТКУ ТА ФІНАНСУВАННЯ ВІТЧИЗНЯНИХ МАШИНОБУДІНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	48
<b>Шевчук Віталій</b> ФІНАНСОВІ РИЗИКИ В ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	50

#### **СЕКЦІЯ 4**

##### **Сучасний розвиток фінансового ринку України: можливості, виклики, загрози**

<b>Подвірна Тетяна</b> ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ МІСЦЕВОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ .....	52
<b>Тимошик Наталія</b> ОСНОВНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА.	54

#### **СЕКЦІЯ 5**

##### **Інновації у глобальній біржовій сфері та банківській діяльності**

<b>Колінець Леся, Радинський Сергій</b> НЕОБАНКИ – НОВА МОДЕЛЬ ОРГАНІЗАЦІЇ БАНКУ .....	57
<b>Химич Ірина</b> ДІАМАНТИ ЯК ІНВЕСТИЦІЙНІ РЕСУРСИ.....	59

#### **СЕКЦІЯ 6**

##### **Страховий ринок України – каталізатор чи стримувач прогресивних змін у вітчизняній економічній системі?**

<b>Гой Віга</b> ШАХРАЙСТВО В АВТОСТРАХУВАННІ.....	63
<b>Шпільчак Ольга, Ромашко Олександра</b> ДО СУТНОСТІ ПОПИТУ ТА ПРОПОЗИЦІЇ НА СТРАХОВОМУ РИНКУ.....	65

#### **СЕКЦІЯ 7**

##### **Економічно ефективна торгівля: розуміння суті та сучасні підходи до її ведення**

<b>Мірошник Соломія</b> ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ В ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ.....	67
<b>Ридзай Василь</b> РЕІНЖІНІРИНГ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	69

<b>Чеченюк Ірина</b> ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ.....	71
<b><u>СЕКЦІЯ 8</u></b>	
<b><u>Майбутнє конкурентоспроможності: розумне управління, розумні території, розумний бізнес</u></b>	
<b>Артеменко Людмила</b> ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ КОНДИТЕРЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ .....	74
<b>Голда Надія</b> ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ .....	76
<b>Долик Катерина</b> ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМИ ПЕРЕВАГАМИ ПІДПРИЄМСТВ.....	78
<b>Крупка Андрій, Пиріг Галина</b> КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ В КРИЗОВИХ УМОВАХ.....	80
<b>Лаптева Лариса, Демидюк Оксана</b> ВИКОРИСТАННЯ ВЛАСНИХ ТОРГОВИХ МАРОК (БРЕНДИНГУ) – ШЛЯХ ДО ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	83
<b>Панухник Олена</b> ПРАКТИЧНА ЦІННІСТЬ ЗНАНЬ ЯК ПРІОРИТЕТ СУЧАСНОЇ ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ.....	86
<b>Фармега Юрій</b> ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА ДІЯЛЬНІСТЬ КОМУНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ...	87

**СЕКЦІЯ 1**  
**РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ МІКРО-, МЕЗО- І**  
**МАКРОРІВНЯ: КОНФЛІКТ ТРАДИЦІЙНИХ МОДЕЛЕЙ ТА**  
**ЕКОНОМІЧНИХ РЕАЛІЙ 21 СТОЛІТТЯ**

УДК 338.24

**Nataliia Marynenko**

Doctor of Sciences (Economics), Professor of Economics and Finance Department  
Ternopil Ivan Puluj National Technical University  
Ternopil, Ukraine

**Iryna Rudiuk**

Student of the group PPM-61  
Ternopil Ivan Puluj National Technical University  
Ternopil, Ukraine

**ANTI-CRISIS MANAGEMENT UNDER MODERN CONDITIONS**

The turbulent changes of environment in which modern companies function make a significant impact on their activities and require of set of measures to react and adapt. The pandemic situation strengthens the negative processes taking place in all areas of life, economy in particular. Thus, business entities willing to continue successful development are aware of necessity to employ anticrisis management.

Its theoretical aspects are studied by Afanasieva O., Ash S., Borokh Yu., Cherep A., Diankov I., Hrynko T., Zhdanov V., Khandii O., Kyrych N., Khilenko O., Krush P., Kundenko A., Kushnir N., Lihonenko L., Lohvynenko A., Moroz N., Ohlobina V., Panasenko O., Prokhorova V., Rudyk O., Semenov A., Shershniyova Z., Shylova O., Shembel Yu., Tkachenko A., Telin S., Tereshchenko O., Vasylieva T., Voitovych D., Yarmoliuk V. etc.

Three types of anticrisis management are identified: preventive, reactive and post-crises. It's very important for managers to realize that not just reacting to crisis as it occurs is needed but also a constant process of the environmental factors studying, scanning, monitoring should be in focus. Except these stages, the enterprise's anticrisis mechanism includes substantiation of the purpose and tasks of anti-crisis management aimed at overcoming the current unstable situation or its prevention in the future; determination of the anti-crisis interventions object, subject and time frame; diagnosis of resource capabilities for ensuring decision-making process efficiency; development and implementation of anti-crisis program aimed at overcoming problems in terms of resource and time constraints; formation of proposals for the prevention of future crises [1]. As to the anti-crisis program of the enterprise it is a planned document that sets goals and objectives appropriate for being achieved as well as methods of their implementation [2].

The purpose of anti-crisis measures is to prevent, neutralize (stabilize) or overcome (eliminate) crisis phenomena at the enterprise. Diversification, reengineering, restructuring, mergers, liquidation may be named among the strategic anti-crisis measures whereas downsizing, rehabilitation, monitoring, controlling, outsourcing, benchmarking, business processes audit are tactical ones [3].

Introduction of innovative changes in activities, focus on achieving strategic goals, timely response to "weak signals", innovation policy, adequate state and legislative regulation of bankruptcy and reorganization procedures are especially important in the course of overcoming the crisis at the enterprises [4].

Among effective measures under anti-crisis management implementation the following ones are offered [5]: use of personnel aimed technologies allowing to reduce its outflow, preservation of

highly qualified personnel, strengthening work incentives, reducing the crisis period, increasing the enterprise head's authority, providing efficiency of the organization as a whole.

The issues of enterprises adaptation to changes in both external and internal environment, proper reaction to the situations occurring and the search for opportunities for their optimal development are of great importance nowadays. Adherence to the principles and sequence of the anti-crisis management will make it possible for enterprises not only to overcome various types of crisis but also to develop successfully.

### References

1. Ткаченко А.М., Телін С.В. Антикризове управління як один з напрямів підвищення ефективності діяльності підприємства. Економічний вісник Донбасу, 2010. № 3. С. 122–124.
2. Шилова О.Ю. Розроблення антикризової програми підприємства в умовах інноваційного шляху розвитку. Маркетинг і менеджмент інновацій, 2013. №4. С. 173-180.
3. Мостенська Т.Л., Юрій Е.О. Інструменти антикризового управління. Український журнал прикладної економіки, 2019. Том 4. № 1. С. 64–72.
4. Кушнір Н.Б. , Войтович Д.С. Особливості антикризового управління та економічної діагностики підприємства в сучасних умовах. Ефективна економіка № 5, 2016. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4954>
5. Сак Т., Ющишина Л. Механізм антикризового управління в умовах забезпечення економічної безпеки підприємства. Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Економіка та управління підприємствами, 2019. № 2. С. 66–74.

УДК 338

**Грицишин Вікторія**

студентка групи БМ-21

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

м.Тернопіль, Україна

**Гац Любов**

старший викладач

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

м.Тернопіль, Україна

**Viktoriia Hrytsyshyn**

student of group BM-21

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

**Lyubov Hats**

Senior Lecturer

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

### АНАЛІТИЧНИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ANALYTICAL ASPECT OF UKRAINIAN ECONOMY DEVELOPMENT

Сьогодні, як ми бачимо, Україна та багато інших країн світу стикнулись із пандемією COVID-19. Якщо раніше очікували, що економіка України відновить зростання вже в четвертому кварталі цього року, то тепер прогнозують, що це станеться не раніше другого кварталу наступного року, враховуючи тенденцію падіння реального ВВП (див.рис.1). Однак експерти припускають ймовірність того, що економіка України стабілізується і можливий приріст становитиме 3%. [1;2]

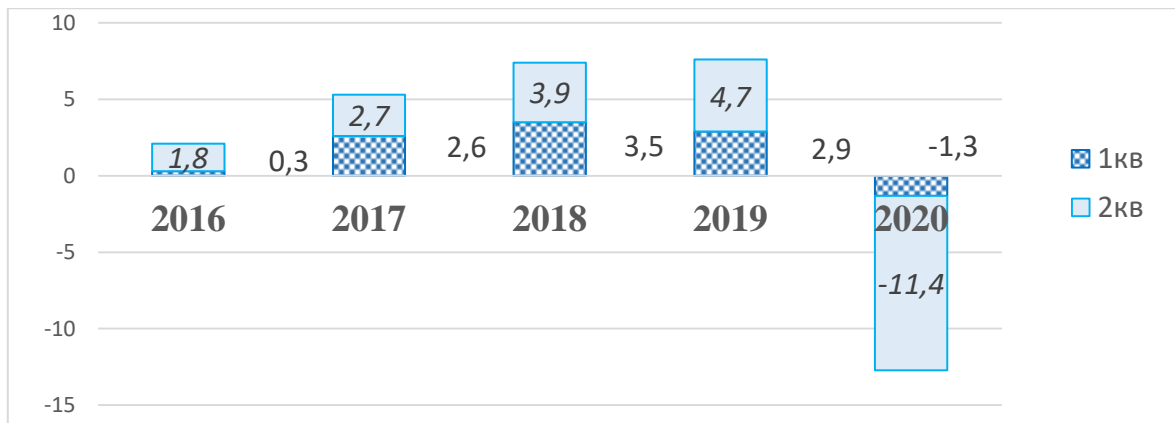


Рис.1. Динаміка зміни реального ВВП в Україні за оцінкою 1-го та 2-го кварталів 2016-2020рр [3]

Структурно, розвиток промисловості в Україні показано в таблиці 1. Статистичні дані дають можливість констатувати, що в нашій країні, значну питому частку займає переробна промисловість (71%), де у 2019р машинобудування займає 11,08%, що за тенденцією характеризується спадом (3,67%-2019р, 5,52%-2017р) хоч у 2018р спостерігався незначний приріст 2,49%.

Оцінюваний 2020 рік характеризується нестабільністю розвитку, оскільки світова пандемія внесла значні корективи у процес розвитку видів економічної діяльності, що в підсумку змінило не тільки обсяги промислового виробництва (рис.2) , але і його структуру.

Таблиця 1

Оцінка структури промисловості України за видами економічної діяльності [3]

Промисловість	Рік	Разом за рік 100%	Відхилення (+,-)	Відхилення, %
Добувна промисловість і розроблення кар'єрів	2016	14,333	1,606	12,623
	2017	14,828	0,495	3,452
	2018	15,373	0,545	3,677
	<b>2019</b>	15,436	0,063	0,407
Переробна промисловість	2016	70,264	-3,565	-4,829
	2017	71,636	1,372	1,952
	2018	71,796	0,161	0,224
	<b>2019</b>	71,650	-0,146	-0,204
Постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря	2016	14,030	1,956	16,201
	2017	12,207	-1,823	-12,993
	2018	11,586	-0,621	-5,088
	<b>2019</b>	11,314	-0,271	-2,342
Водопостачання; каналізація, поводження з відходами	2016	1,374	0,003	0,189
	2017	1,330	-0,044	-3,180
	2018	1,245	-0,085	-6,365
	<b>2019</b>	1,600	0,355	28,506



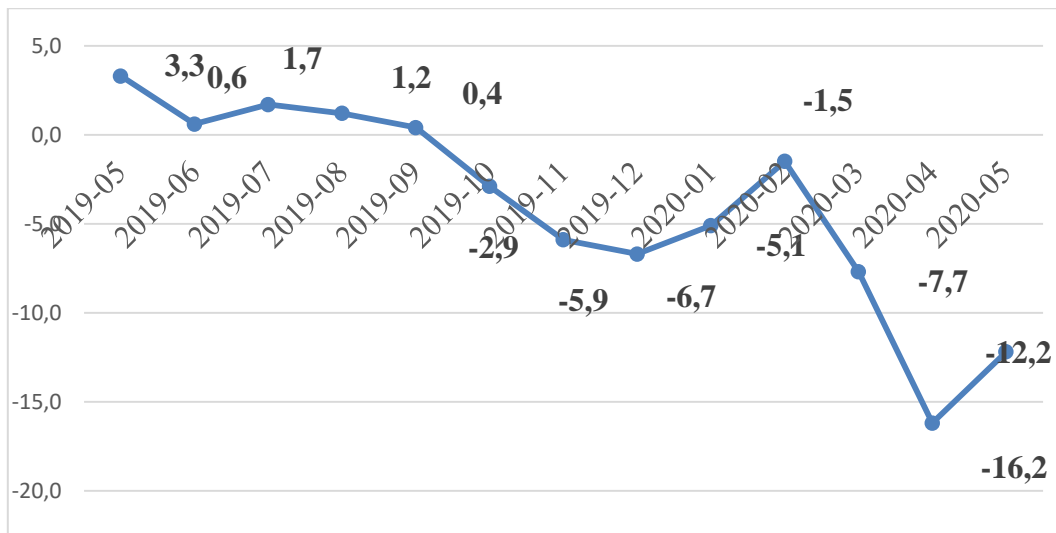


Рис.2 Відхилення за порівняльним індексом виробництва промислової продукції в Україні

Проте, сьогодні в умовах пандемії COVID-19 та карантинними обмеженнями найбільш постраждали галузі промисловості, сфера послуг, торгівля та транспорт. Однак нові стимули для розвитку отримує ІТ-сектор, а саме в частині проєктів з організації віддаленої роботи та внутрішній туризм.

За статистичними даними [1,2], що в серпні падіння промислового виробництва склало 5,3% в річному вимірі і 4,2% в липні. Що стосується переробної промисловості, то в серпні падіння склало 7,7% , а в липні – 6,6%. В січні-липні 2020 року обсяги промислового виробництва знизилися на 7,7%. В тому числі в добувній промисловості та розробці кар'єрів– на 5,5%, у переробній промисловості – на 9,2%, в постачанні електроенергії та газу– на 5,3%. Проаналізувавши динаміку промислового виробництва відносно років можна зробити висновок, що значні негативні результати за останні п'ять років. Такий спад спостерігався в 2015 році, коли промислове виробництво знизилось на 16% через війну в Україні та окупації Криму та промислового Донбасу.

Доцільно звернути увагу і на несприятливу тенденцію падіння результатів у сільському господарстві. Причинами цього є нижчий, в порівнянні з попереднім, обсяг врожаю зернових, ряду овочів, фруктів і олійних культур. В липні сільське господарство скоротилось на 5,8%, а в серпні на 5,5%.

Головним чинником падіння ВВП стали повномасштабні карантинні обмеження на окремі види діяльності. А ще додатковий від'ємний внесок сформувало зменшення виробництва в сільському господарстві через запізнений початок жнив. Однак, вже з травня, з послабленням карантинних заходів почалось поступове відновлення як внутрішньої, так і світової економічної активності. Основний внесок у поглиблення падіння реального ВВП у другому кварталі зробив споживчий попит. Перехід великої кількості підприємств на дистанційну роботу вплинув на зменшенні витрат на громадський транспорт і придбання товарів не першої необхідності і товарів тривалого вжитку. Реальний валовий внутрішній продукт в квітні-червні 2020 року в порівнянні з I кварталом 2020 року ВВП скоротився на 9,9% з врахуванням сезонного фактора. За підсумками восьми місяців, а саме від січня до серпня 2020 спостерігається падіння ВВП в 5,8%. [2]

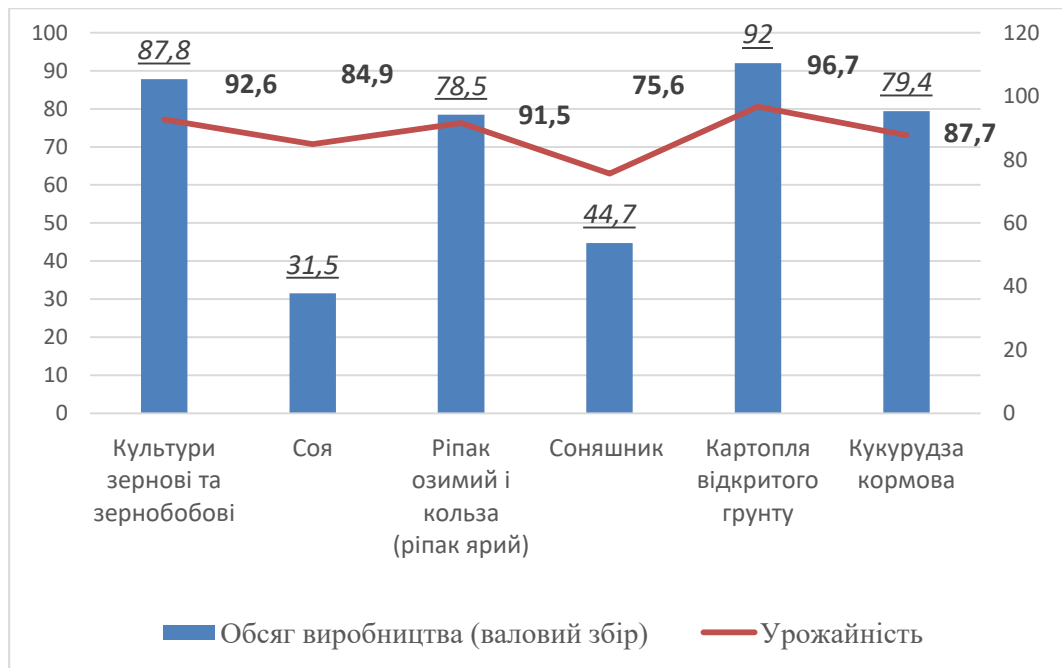


Рис.3 Оцінка сільськогосподарського виробництва в Україні за кількісним та якісним показниками 2020р у % до 2019р [3]

Криза, пов'язана із пандемією коронавірусу, безперечно пішла на користь торгівлі онлайн. Стосовно цього, то вона ще більше процвітатиме з розвитком діджиталізації. А це, в свою чергу, збільшить попит на інвестиції в розвиток Інтернету, послуг ІТ та навчання цифрових навичок.

Певною мірою падіння споживчих витрат стримувалося поширенням онлайн торгівлі, а також масовим попитом на окремі продукти харчування, медичну та фармацевтичну продукцію на початку карантину. Пом'якшення карантинних обмежень та відновлення роботи магазинів, торговельних центрів і ринків зумовили поліпшення показників роздрібного товарообороту в травні та червні. Доцільно зауважити зміни, які стосуються реєстрації нових компаній, оскільки в липні та серпні вони майже повернулися до рівня, який був на початку карантину. Точно те саме стосується і реєстрації нових фізичних осіб-підприємців. Також відновлюється робота закладів сфери КаБаРе (кафе, бари, ресторани). Як відомо, в квітні більше 60% закладів харчування були тимчасово закриті, проте в травні та червні вони почали відновлювати свою роботу і за відповідними даними, на початок вересня, працювало 87% закладів сфери КаБаРе. А це, в свою чергу, становить 95% від докарантинного показника.

В серпні обсяг всіх будівельних робіт збільшився на 7,2%, коли в липні спостерігався спад на 1,1%. Основним позитивним фактором було активне проведення дорожніх робіт, тоді як в житловому будівництві спостерігалось значне скорочення, і в тому числі через зниження попиту на житлову нерухомість на початкових етапах будівництва. Зниження інвестиційної активності підприємств позначилося на скороченні обсягів будівництва нежитлових будівель. [1]

Відновлення економічної активності в окремих сферах економіки у зв'язку з пом'якшенням карантину, а також покупки товарів для забезпечення дистанційної роботи та навчання сприяли покращенню ситуації в ритейлі. Тому його обсяг в серпні виріс на 8,5%, а за підсумками восьми місяців(від січня до серпня) – на 6%. У серпні майже всі види економічної діяльності показали уповільнення темпів падіння, а деякі – навіть зростання. [1]

До негативних факторів, що впливають на економіку можна віднести низьку інвестиційну активність, а до позитивних відповідно збереження відносно високої

купівельної активності, сприятливу кон'юктуру на світових ринках та адаптацію до умов карантину.

Однак, підсумовуючи всі показники та події року, вірогідним є те, що економіка України все ще буде в мінусі - до 5.5%. Ризики того, що економіка не буде зростати, наразі є дуже високою. Особливу увагу керівним структурам управління необхідно звернути на відновлення реформ, особливо в галузі правосуддя, чесної конкуренції та державного управління.

#### **Перелік використаних джерел**

1. На скільки впала економіка країни в 2020 році: Чому в Україні росте споживання товарів, коли економіка падає. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://biz.censor.net/resonance/3217259/chomu\\_v\\_ukran\\_roste\\_spojivannya\\_tovarv\\_koli\\_ekonom\\_ka\\_pada](https://biz.censor.net/resonance/3217259/chomu_v_ukran_roste_spojivannya_tovarv_koli_ekonom_ka_pada)

2. НБУ: економіка України у другому кварталі впала на 11%. Карантин негативно позначився на економічній статистиці. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

[https://lb.ua/economics/2020/07/31/463026\\_nbu\\_ekonomika\\_ukraini\\_drugomu.html](https://lb.ua/economics/2020/07/31/463026_nbu_ekonomika_ukraini_drugomu.html)

3. Статистична інформація Державного управління статистики. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

УДК 352

**Гула Інна**

студентка групи ПФ-41

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
м. Тернопіль, Україна

**Науковий керівник: Химич Ірина**

кандидат економічних наук

доцент кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг  
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
м. Тернопіль, Україна

**Inna Hula**

student of group PF-41

Ternopil Ivan Puluj National Technical University  
Ternopil, Ukraine

**Scientific supervisor: Iryna Khymych**

Ph. D. (Economics)

Associate Professor of Innovation Activity and Services Management  
Ternopil Ivan Puluj National Technical University  
Ternopil, Ukraine

## **ГОЛОВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТА РИЗИКИ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ MAIN CHARACTERISTICS AND RISKS OF DECENTRALIZATION IN UKRAINE**

Протягом усієї історії України питання децентралізації було одним з головних. З 2014 року ця проблема стала ще більш помітною та вимагала вирішення. Концепція реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади була прийнята в кінці квітня 2014 року. Після цього виникла реальна потреба реформування Конституції України, оскільки вона не вирішувала питання щодо створення виконавчих органів в областях та районах, щодо реорганізації діяльності державних адміністрацій, не було й зазначено суть поняття «громади», що мали б утворитись, як нова адміністративна одиниця. Однак розроблений проект змін до конституції не був прийнятий через політичні обставини в країні.

З 2014 року було прийнято ряд законів, які стали основою для активного проведення децентралізації. Питання проведення фінансової децентралізації стало вирішуватись на підставі прийнятого Закону про внесення змін до Бюджетного та Податкового кодексів. Це дало поштовх до збільшення місцевих бюджетів і вже в 2019 році загальна сума місцевих бюджетів становила 275 млн.грн. У порівнянні з 2014 роком ця сума зросла на 206,4 млн.грн.

Окрім цього, були прийняті Закон «Про засади державної регіональної політики», Закон «Про співробітництво територіальних громад» та проект законів, які розширюють функції та повноваження новоутворених органів місцевого самоврядування. На основі цих законів активно проводиться регіональний розвиток, розширюється інфраструктура громад, реалізуються нові проекти, які спрямовані на покращення життя населення та всієї території. Також створюється тенденція до об'єднання різних громад задля вирішення спільних проблем щодо створення нових послуг та покращення умов на їхніх територіях. Прийняті закони також передають ряд повноважень органам місцевого самоврядування щодо надання таких адміністративних послуг, як: реєстрація місця проживання, державну реєстрацію підприємств, видача паспортів, вирішення різних земельних питань між населенням.

Важливим законом, суть якого зараз активно втілюється в життя, є Закон «Про добровільне об'єднання територіальних громад». За період активного впровадження цього закону було створено 982 об'єднані територіальні громади, які складаються з 4500 тис. колишніх сіл і 11 млн жителів. За оцінками міжнародних експертів, такі темпи можна вважати досить високими.

Загалом сам процес децентралізації має багато переваг та перспектив для активного територіального розвитку. Можна назвати такі головні переваги цього процесу в Україні:

- відбувається спрощення системи прийняття важливих рішень на рівні окремої територіальної одиниці;
- збільшується розуміння реальних проблем на місцях та створюються умови для їх вирішення;
- вирішення відбувається за участі населення, з їх ініціативи та відповідно до їх очікувань;
- прозорість у прийнятті всіх рішень та процесу виконання;
- підвищення відповідальності та свідомості громадян, які стають учасниками у вирішенні проблем на своїх територіях;
- інформування населення про процес виконання та результати того чи іншого проекту відбувається швидше;
- відбувається звільнення керівництва від справ, які були делеговані місцевим органам влади. Це дає змогу вищим органам влади зосереджуватись на стратегічних планах розвитку країни.

Поряд з перевагами варто відокремити ризики і недоліки цього процесу, адже врахування цих недоліків у подальшому дасть змогу створити більш ефективний механізм, уникнувши труднощів та невдач. Серед основних ризиків доцільно згадати такі:

- добровільний характер об'єднання територіальних громад не гарантує систематичного виконання норм. Багато селищ, які мають більше активів та ресурсів для активного розвитку своєї території, можуть виступати проти об'єднання з територіальними одиницями, які не мають такого потенціалу та резервів для розвитку. Тобто зараз існує недостатня кількість механізмів, які б змогли це питання вирішити;
- важливий вплив має і менталітет самого населення територіальних , які через особисті фактори, внутрішні міжусобиці не можуть бути об'єднані в одну територіальну громаду і проводити спільну політику розвитку;
- передача частини прав регіональним утворенням послаблює державний контроль, а це в свою чергу може призвести до систематичного порушення законів новоутвореними органами самоврядування;

— регіональна влада отримує нові повноваження, однак може не отримати достатньо ресурсів для проведення ґрунтовної та обдуманого політики на територіях. Така ситуація може виникнути у зв'язку з постійним дисбалансом у бюджетній системі України. Це можна пояснити тим, що навіть при централізації спостерігається постійне недофінансування делегованих повноважень 18-20 млрд.грн. [2]

В таких умовах розвитку децентралізації ми можемо надати ряд рекомендацій для активного розвитку цього процесу на території країни. На нашу думку, важливо, щоб повноваження від центральних органів передавались великим територіальним одиницям, які мають ресурси та потенціал для проведення реформ та змін, які можуть отримати економічний ефект від масштабу. Також важливо, щоб держава повністю не зникла з площини управління на рівні окремої громади, а надавала допомогу та контролювала діяльність місцевих органів, особливо в межах тих повноважень, які були передані.

#### **Перелік використаних джерел**

1. Результати першого етапу децентралізації в Україні 2014-2019 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу <https://decentralization.gov.ua/about>
2. Показники виконання бюджету України 2018/2019 рік <https://ukurier.gov.ua/uk/articles/informaciya-ministerstva-finansiv-ukrayini-pro-vik/>

УДК 330.101.54

**Данилків Тетяна**  
студентка групи ППс-31  
м.Тернопіль Україна  
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
**Науковий керівник: Артеменко Людмила**  
кандидат економічних наук, доцент  
доцент кафедри економіки та фінансів  
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
Тернопіль, Україна  
**Tetyana Danylkiv**  
student of the group PPs -31  
**Scientific supervisor: Liudmyla Artemenko**  
PhD (Economics), Docent  
Associate Professor Department of Economics and Finance  
Ternopil Ivan Puluj National Technical University  
Ternopil, Ukraine

### **ПРОБЛЕМНІ МОМЕНТИ СТВОРЕННЯ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА В УКРАЇНІ PROBLEMATIC ISSUES OF THE CREATION OF COMPETITIVE ENVIRONMENT IN UKRAINE**

Розглядаючи загальні економічні передумови і теоретичні засади формування ефективного конкурентного середовища України в процесі глобалізації та євроінтеграції, слід насамперед виділити необхідність утвердження ліберального господарського устрою, підґрунтям якого є вільне підприємництво господарюючих суб'єктів та адекватна цілеспрямована йому система державного регулювання економіки.

Сьогоднішня практика господарювання дає вагомий емпіричний матеріал для висновку, що в національній економіці існують різноманітні проблемні обтяжливі обставини, бар'єри, що ускладнюють, обмежують, а подекуди навіть унеможливають

конкуренцію. У зв'язку з цим особливої актуальності набувають питання закономірностей та тенденцій становлення конкурентного середовища. Серед основних чинників, які його спотворюють, можна виокремити наступні:

- ✓ недостатня розвиненість інформації про ринкову кон'юнктуру, що забезпечувала би вільний та недискримінаційний доступ суб'єктів господарювання до торговельних площ, земельних ділянок, фінансових ресурсів, засобів рекламування;

- ✓ не виправдана складність дозвільних і контрольних процедур, що надаються державними органами;

- ✓ низька ефективність інституційних засад регулювання сфери природних монополій в частині відповідальності суб'єктів господарювання за недотримання вимог чинного законодавства, що призводить до розбалансування інтересів суб'єктів природних монополій, споживачів і суспільства;

- ✓ невирішеність окремих питань щодо взаємодії органів Антимонопольного комітету України та правоохоронних органів, пов'язаних із захистом економічної конкуренції у судах;

- ✓ відсутність пріоритетності конкретних заходів щодо розвитку конкуренції в планах діяльності місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування;

- ✓ недосконалість конкурентного середовища у сфері державних закупівель, особливо у кризові періоди та форс-мажорних обставинах.

В основу визначення напрямів конкурентної та антимонопольної політики в Україні після проголошення незалежності було покладено класичну концепцію ідеальної конкуренції, сформульовану економістами-теоретиками ще у другій половині XIX століття. Така застаріла концепція не відображала еволюційні зміни в конкурентній боротьбі, що відбулися у світовій економіці внаслідок глобалізації ринків, що призвело до інтенсифікації процесів злиття, поглинань компаній та утворення потужних ТНК. Подолання високого рівня монополізації національного виробництва й підвищення його конкурентоспроможності вбачалося лише шляхом роздержавлення, зміщення акцентів на підтримку малого і середнього бізнесу. Наслідком такої політики стала руйнація потужних виробничих і науково-технічних комплексів та утворення замість них розрізнених дрібних господарюючих суб'єктів, і як результат – стимулювання інфляційних процесів, подорожчання фінансових ресурсів, зменшення прибутковості у перших і зростання такого показника у останніх.

Категорія «вертикальна конкуренція» ввійшла в економічну науку завдяки М. Портеру, який у своєму ромбі конкурентних сил розділив горизонтальну конкуренцію, що існує всередині релевантного ринку з урахуванням ризиків входження на ринок нових компаній та товарів, і вертикальну конкуренцію, що уособлюється в взаємовідносинах із постачальниками та покупцями [1]. В українському законодавстві, в текстах Закону України «Про захист економічної конкуренції» та в інших нормативних актах у сфері захисту та розвитку конкуренції, відсутні як категорія «вертикальна конкуренція», так і ефективні її регулятори. Прикладом такої недобросовісної конкуренції є дії з боку великих ритейлерів, які примушують постачальників, в першу чергу, продовольчих товарів, приймати не вигідні для них умови реалізації, а саме у вигляді: плати за вхід у мережу, нав'язування додаткових інформаційних послуг, тривалих відстрочок платежу.

Незважаючи на те, що ефективна конкуренція можлива тільки за умови постійної співпраці всіх учасників ринкових відносин, найважливіша роль в країнах із трансформаційною економікою, належить регуляторному впливу органів державної влади. Відповідно до кожного напрямку її діяльності, мають бути затверджені регламенти, які не дозволятимуть зловживань і ручного застосування різних підходів до усіх учасників ринку. Наразі в країні відсутні методики, які би регламентували дослідження справ про антиконкурентні узгодженні дії та детермінували способи встановлення факту паралельних дій, доведення факту чи потенціалу недопущення, усунення чи обмеження конкуренції внаслідок таких дій. Спроба прийняти методику визначення ринку АМКУ у грудні 2017 року до нині знаходиться на етапі обговорення.

У січні 2020 року до Верховної Ради України був поданий Законопроект «Про внесення змін до деяких законів України щодо конкурентно - антимонопольної реформи». Зміни законодавства у сфері конкуренції враховують рекомендації Організації економічного співробітництва та розвитку, які були надані під час співробітництва ОЕСР з АМКУ. Пропонується створення спеціалізованого суду — Вищого суду з питань інтелектуальної власності та економічної конкуренції, до повноважень якого належатиме вирішення спорів у сфері конкуренції. Впровадження нових інститутів дозволить спростити процес стягнення штрафних санкцій, зменшити відсоток невиконаних рішень АМКУ, що, в кінцевому результаті, посприє підвищенню рівня виконання рішень порушниками конкурентного законодавства. Окрім того, рекомендовано виключити обмеження щодо накладання штрафів (наразі 68 тис. грн) [2].

На наш погляд, зміст державної антимонопольної політики в Україні має також полягати в застосуванні принципу контролю за зловживаннями в економічній поведінці окремих суб'єктів господарювання. Постійний моніторинг та оцінка основних економічних, регуляторних та інституційних змін, вимірювання ефективності конкурентного середовища на національному та місцевому рівнях, є важливими для створення сприятливого бізнес-клімату. Такі процеси можуть бути успішно реалізовані за допомогою надійного та обґрунтованого інструменту. З цією метою Програмою Агентства США з міжнародного розвитку (USAID) «Конкурентоспроможна економіка України», у партнерстві з компанією Інфо Сапієнс та Інститутом економічних досліджень та політичних консультацій, передбачено із 2020 року визначення Індексу конкурентоспроможності міст України (ІКМ). Він має стати інструментом вимірювання мотивації місцевих органів влади до співпраці з місцевою бізнес спільнотою, визначати регуляторні бар'єри, рівень корупції та прояви непрозорості у прийнятті управлінських рішень, усунення яких сприятиме економічному зростанню громад та створенню ефективного конкурентного середовища, припинення практики реприватизації як засобу зведення політичних рахунків та перерозподілу власності на користь політично домінуючих фінансово-олігархічних груп.

Підводячи підсумки, можна констатувати, що для становлення конкурентного середовища в Україні уся система державного управління має, в першу чергу, зосередитись на виконанні таких важливих умов: введення великого національного капіталу у прозоре економічно-правове поле, детінізація економіки шляхом розробки та реалізації відповідної довгострокової політики легалізації тіньових капіталів; регулювання цін монополістів, рентних відносин із метою запобігання недобросовісній конкуренції. Реалізація зазначених заходів буде слугувати вагомими передумовами для зміни конкурентного процесу в Україні.

#### **Перелік використаних джерел**

1. Герасименко А.Г. Вертикальна конкуренція у вітчизняній торгівлі. Вісник КНТЕУ. 2016. № 4. С. 80–96.
2. Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо конкурентно-антимонопольної реформи» URL.: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/JI01304A.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/JI01304A.html)

**Калінін Назар**  
студент групи ППм-51  
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
**Науковий керівник: Маркович Ірина**  
кандидат економічних наук, доцент  
доцент кафедри економіки та фінансів  
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
м.Тернопіль, Україна  
**Nazar Kalinin**  
student of group PPM-51  
Ternopil Ivan Puluj National Technical University  
Ternopil, Ukraine  
**Scientific supervisor: Iryna Markovych**  
PhD (Economics), Docent  
Associate Professor of Economics and Finance Department  
Ternopil Ivan Puluj National Technical University  
Ternopil, Ukraine

**ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ДЕРЖАВИ ЧЕРЕЗ  
ПРИЗМУ ЕФЕКТИВНОСТІ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ  
FUNDAMENTALS OF STATE COMPETITIVENESS RESEARCH THROUGH THE  
PRISM OF PUBLIC GOVERNANCE EFFICIENCY**

Державне управління є складним багатофункціональним процесом, який розвивається та реалізовується на усіх рівнях функціонування держави. З огляду на цю так звану багатоплановість систем управління, дослідження його ефективності є доволі складним.

Слід розуміти, що конкурентоспроможність держави на світових ринках значною мірою залежить від ефективності управління, оскільки усі суб'єкти господарювання, фізичні особи, резиденти та нерезиденти реалізують свій потенціал в правовому та регулювальному полі держави. Наприклад, суб'єкт підприємництва не може бути ефективним, якщо є неефективною система державного управління.

З огляду на це, дослідження конкурентоспроможності держави слід проводити через призму ефективності державного управління.

Конкурентоспроможність держави є поняттям комплексним та багатоаспектним. Велика кількість організацій, які здійснюють оцінювання та ранжування країн за рівнем їхньої конкурентоспроможності у глобальному просторі, намагаються визначити поточний стан держав, порівняти їх з іншими, а також запропонувати урядам підприємницькому сектору, громадським організаціям шляхи підвищення цього рівня з метою забезпечення економічного, соціального та екологічного процвітання [1].

Існує ціла низка методик оцінювання ефективності державного управління, наприклад, шведський досвід базується на оцінюванні діяльності державних інститутів, що має неформальну назву "Концепція трьох "Е" (economy, efficiency and effectiveness) – модель економічності, ефективності та результативності діяльності "внесок - продукт" [2, с. 29].

1. Економічність (economy) – означає використання належної кількості ресурсів відповідної якості у належний час, у необхідному місці, за розумну ціну - тобто правильне витрачання.

2. Ефективність (efficiency) – співвідношення між продуктом у вигляді наданих товарів (послуг) та ресурсами, використаними на їх створення



3. Результативність (effectiveness) – ступінь відповідності досягнутих результатів поставленій меті, погодження використаних засобів і результатів з поставленою метою.

Тобто, має значення комбінація вказаних трьох елементів та досягнення економічності, ефективності та результативності.

В умовах високої якості державних інституцій підприємницький сектор має можливість розвиватися, адже це означає формування прозорих, зрозумілих, справедливих рамок функціонування підприємницького сектору в країні.

До основних підсистем державного управління, які справляють найбільш помітний вплив на підприємництво є підсистема регулювання процесів створення суб'єкта підприємництва, дозвільна підсистема, податкова підсистема, кредитна, соціальна і т.д.

#### **Перелік використаних джерел**

1. Маркович І. Б. Дослідження конкурентоспроможності економіки через призму теоретичних підходів / Ірина Маркович // Галицький економічний вісник. — Т. : ТНТУ, 2019. — Том 58. — № 3. — С. 16–22. — (Економічна теорія та історія економічної думки).
2. Ведунг Е. Оцінювання державної політики та програм / Е. Ведунг ; пер. з англ. В. Шульга. - К. : ВСЕУВИТО, 2003. - 350 с.

УДК 336.05

**Левицький Віталій**

доктор історичних наук, доцент

доцент кафедри економіки та фінансів

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

м. Тернопіль, Україна

**Vitalii Levytskyi**

Doctor of Sciences (History), Docent

Associate Professor of Economics and Finance Department

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

### **ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ** **THE PROBLEMS OF THE MANAGEMENT OF THE POTENTIAL SOCIO-ECONOMIC SYSTEMS IN THE CONDITIONS OF TRANSFORMATION**

У сформованих умовах уповільнення темпів росту світової й економіки України необхідно реально активізувати курс на стимулювання внутрішнього попиту шляхом росту заробітної плати, підвищення пільгового рівня споживчого кредитування й диференціації оподатковування. У забезпеченні зростання доходів населення, істотного фактора збільшення попиту, велику роль відіграє держава, що за рахунок інвестування в інфраструктуру й розвиток несировинних галузей може забезпечити ріст зайнятості й доходів населення й розкрити споживчий попит. З огляду на обмеженість інвестицій пропонується розвиток національних пріоритетів, що забезпечують ріст споживчого попиту в тому числі й за рахунок мультиплікативного ефекту. Збільшення виробництва споживчих товарів на базі можливостей попиту, що розширяється, стає важливою умовою для структуризації й модернізації несировинних галузей економіки. Це буде визначальним в забезпеченні соціально-економічного росту країни [1, 6–7].

У країні не створено, подібно до інститутів європейської демократії, демократичні інститути, які б сприяли консолідації українського суспільства і стабільності в політичній сфері. Також відсутні ефективні інститути ринку, що створювали б передумови для успішних соціально-економічних перетворень.

До найбільш актуальних питань формування потенціалу сталого розвитку для майже всіх країн світу є подолання диференціації і нерівномірності соціально-економічного розвитку адміністративно-територіальних одиниць. Важливість управління диспропорціями в регіональному розвитку обумовлені тим, що вони провокують виникнення й наростання суперечностей в узгодженні економічних інтересів як власне між регіонами, так і центром й регіонами. Значні розриви в рівні їх розвитку спричиняють посилення політичної роз'єднаності, економічну дезінтеграцію і соціальні вибухи. У зв'язку з цим глобальною метою регіональної політики будь-якої держави є усунення суттєвої нерівномірності міжрегіонального розвитку, насамперед за рівнем доходів, що є важливим чинником перспектив економічного зростання і добробуту населення на національному рівні на підставі формування потенціалу сталого розвитку.

Дослідження нерівномірності розвитку територій країни є важливою частиною державної політики. Виявлення основних характерних ознак диспропорційності дає змогу не тільки оцінити існуючу ситуацію щодо регіональних потенціалів сталого розвитку, але й дії уряду, спрямовані на їх усунення. Регулювання диспропорцій регіонального розвитку є світовою проблемою. Це твердження обґрунтовано наступним. Очевидно, що такі гострі проблеми, як міжрегіональні диспропорції, або асиметрія регіонального розвитку, стимулювали наукові розробки вчених світу щодо можливостей розкриття їх суті та механізмів їх подолання. В цьому аспекті цікавим є здобуток учених країн так званих старих демократій, тобто Західної Європи – членів Європейського Союзу (ЄС). Проблеми регіональної диференціації, які найчастіше в Європі називають проблемами регіональної асиметрії, привертають увагу вчених із середини ХІХ століття.

Незважаючи на те, що за багатьма індикаторами соціально-економічного розвитку країни Західної Європи займають перші місця у світі, регіональна асиметрія залишається гострою проблемою, подолання якої є провідною метою загальної регіональної політики ЄС. Дослідження нерівномірності розвитку територій країни є важливою частиною державної політики. Виявлення основних характерних ознак диспропорційності дає змогу не тільки оцінити існуючу ситуацію щодо регіональних потенціалів сталого розвитку, але й дії уряду, спрямовані на їх усунення. Регулювання диспропорцій регіонального розвитку є світовою проблемою.

Це твердження обґрунтовано наступним. Очевидно, що такі гострі проблеми, як міжрегіональні диспропорції, або асиметрія регіонального розвитку, стимулювали наукові розробки вчених світу щодо можливостей розкриття їх суті та механізмів їх подолання. В цьому аспекті цікавим є здобуток учених країн так званих старих демократій, тобто Західної Європи – членів Європейського Союзу (ЄС). Проблеми регіональної диференціації, які найчастіше в Європі називають проблемами регіональної асиметрії, привертають увагу вчених із середини ХІХ століття. Незважаючи на те, що за багатьма індикаторами соціально-економічного розвитку країни Західної Європи займають перші місця у світі, регіональна асиметрія залишається гострою проблемою, подолання якої є провідною метою загальної регіональної політики ЄС [2, 581–582].

На формування сучасної соціально-економічної системи України впливають численні фактори. Чи не найбільш впливовими є інституційні. Навіть незначні порушення в інституціональній структурі призводять до суттєвих (часто непоправних) ускладнень в економічному середовищі. Усе це стримує зростання темпів розвитку економіки країни. Саме тому проблема інституціональних перетворень в умовах трансформації соціально-економічних систем набуває особливого значення. На державному рівні має бути сформована політика створення інститутів, необхідних для успішного формування сучасних економічних відносин. Українська економіка і бізнес, незважаючи на зусилля, все ще залишаються низько конкурентними. Тому протистояти міжнародним викликам може тільки держава. Це потребує розробки обґрунтованої, ефективної інвестиційної політики та нормативно-правового підґрунтя для регулювання [3, с. 232].

Таким чином, стратегічні перспективи сьогодення передбачають підвищення ефективності виробництва та використання новітніх знань, що сприятиме активізації інноваційного розвитку та забезпеченні на цій основі конкурентостійкості соціально-економічних систем. Це відповідає інформаційній парадигмі інноваційного розвитку соціально-економічних систем. Водночас, для її втілення в життя необхідно вирішити низку проблем, серед яких сприяння заохоченню використання досвіду в усіх секторах національної економіки, визнання пріоритетності освіти та стимулювання всебічного розвитку інтелектуального капіталу як джерела формування конкурентних переваг та підґрунтя до їх збереження. Головними напрямками державного регулювання мають бути: економічний, політичний, соціальний, природно-економічний, науково-технологічний, культурно-ідеологічний. Трансформаційні процеси в Україні, спрямовані на побудову нової економіки, в переважній більшості супроводжуються проблемними соціально-економічними і кризовими явищами затяжного характеру.

#### **Перелік використаних джерел**

1. Актуальні проблеми та напрями розвитку потенціалу соціально-економічних систем в умовах конкуренції: монографія / За заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Л. Л. Калініченко. Харків: ФОП Панов А. М., Видав. ТОВ «В справі», 2017. 275 с.
2. Соціально-економічний потенціал сталого розвитку України та її регіонів: національна доповідь / за ред. акад. НАН України Е.М. Лібанової, акад. НААН України М.А. Хвесика. Київ: ДУ ІСПСР НАН України, 2014. 776 с.
3. Войнаренко М, Гончар О. Трансформація соціально-економічних систем за умов інтеграційних перетворень. *Журнал європейської економіки*. 2018. Т. 17. № 2 (65). С. 225–243.

УДК 334

**Маркович Ірина**

кандидат економічних наук, доцент  
доцент кафедри економіки та фінансів

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
м.Тернопіль, Україна

**Iryna Markovych**

PhD (Economics), Docent

Associate Professor of Economics and Finance Department

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

#### **ГРАВІТАЦІЙНІ МОДЕЛІ В ПРОЦЕСАХ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ВІДСТАНИ МІЖ КРАЇНАМИ GRAVITY MODELS IN THE PROCESSES OF RESEARCH OF ECONOMIC DISTANCE BETWEEN COUNTRIES**

Серед усієї сукупності факторів, які визначають глибину та інтенсивність міждержавної взаємодії у вимірниках включення держав у глобалізаційні процеси, вже традиційними є результати, отримані через дослідження гравітаційних моделей, тобто, із врахуванням географічної та інституційної близькості країн-партнерів.

У своїй праці Саул Естрін, Крістін Кот (LSE) та Даніель Шапіро (Університет Саймона Фрейзера) [1] концентрують свою увагу на торгівлі товарами і роблять висновок, що на практиці набагато дешевше торгувати з сусідніми країнами, і така ситуація залишатиметься і в найближчому часі, не зважаючи на зниження вартості транспортування.

У фокусі їхньої уваги знаходить Великобританія та її торговельні зв'язки із іншими європейськими країнами.

Відповідно до гравітаційної моделі, основними факторами, які визначають інтенсивність міжнародної торгівлі, є розмір країн-партнерів та відстань між ними.

Загальновизнаним початком розробки та застосування гравітаційних моделей є 1962 рік та праці Дж. Тімбергена [2], який припустив та емпірично доводив існування залежності між експортом з однієї країни в іншу, ВВП країн-партнерів та відстані між цими країнами.

Специфікація моделі Дж. Тімбергена має наступний вигляд:

$$E_{ij} = \alpha_0 Y_i^{\alpha_1} Y_j^{\alpha_2} D_{ij}^{\alpha_3} \quad (1)$$

де  $E_{ij}$  – обсяг експорту з країни  $i$  в країну  $j$ ;

$Y_i$  – номінальний ВВП країни-експортера;

$Y_j$  – номінальний ВВП країни-імпортера;

$D_{ij}$  – відстань між країнами  $i$  та  $j$ .

Звичайно, практика показує, що ця модель є надто спрощеною, хоча по праву слугує базисом для розвитку методичного інструментарію дослідження залежностей у глобалізованому світі.

Наступним витком популяризації гравітаційних моделей стала робота Х. Ліннемана у 1966 році, у якій він доповнив модель та розвинув її [3]. У його інтерпретації гравітаційна модель міжнародної торгівлі набула наступного вигляду:

$$E_{ij} = \alpha_0 (Y_i)^{\alpha_1} (Y_j)^{\alpha_2} (N_i)^{\alpha_3} (N_j)^{\alpha_4} (D_{ij})^{\alpha_5} (A_{ij})^{\alpha_6} (P_{ij})^{\alpha_7} + \varepsilon \quad (2)$$

$E_{ij}$  – вартість торговельного потоку з країни  $i$  в країну  $j$ ;

$\alpha_0$  – вільний член;

$Y_{ij}$  – показники, що характеризують номінальний ВВП країни  $i$  та  $j$ ;

$N_{ij}$  – чисельність населення країн  $i$  та  $j$ ;

$D_{ij}$  – географічна відстань між країнами  $i$  та  $j$ ;

$A_{ij}$  – оцінка фактора, що впливає на торгівлю (сприяє чи перешкоджає їй, наприклад, торговельні бар'єри);

$P_{ij}$  – торговельні преференції;

$\varepsilon$  – випадкова помилка;

$\alpha_0$  – коефіцієнти еластичності від окремих параметрів моделі.

Зміни, які були внесені в гравітаційну модель суттєво підвищили її точність, оскільки безсумнівно, включення більшої кількості вагомих факторів у розрахункову модель дозволяє врахувати ті сили, які здатні чинити вплив на обсяги торговельних потоків між країнами.

За основною специфікацією Дж. Андерсона (1979 р.) [4] рівняння гравітації є таким:

$$M_{ijk} = \alpha_k Y_i^{\beta_k} Y_j^{\gamma_k} N_i^{\delta_k} N_j^{\epsilon_k} d_{ij}^{\mu_k} U_{ijk}, \quad (3)$$

де  $M_{ijk}$  — торговельний потік товарами з країни походження  $i$  до пункту призначення  $j$  в залежності від доходу  $Y$ ,  $N$  населення,

$d$  — відстань між торговими партнерами.

Рівняння також включає логнормальний розподіл величин похибки  $U_{ijk}$ , який дорівнює 0.

Відмінністю цієї гравітаційної моделі від існуючих було включення у структуру переваг функції постійної еластичності заміщення або CES-функції (Constant Elasticity of Substitution).

CES-функція представляється в такий спосіб:

$$Y = A_0 [A_1 K^{-\rho} + (1 - A_1) L^{-\rho}]^{-\frac{\gamma}{\rho}}, \quad (4)$$

де  $A_0$  – коефіцієнт шкали ( $0 < A_0$ );

$A_1$  – ваговий коефіцієнт виробничого фактора ( $0 < A_1 < 1$ );

$\rho$  – коефіцієнт заміщення ( $-1 < \rho$ );

$\gamma$  – показник ступеня однорідності виробничих функцій ( $0 < \gamma$ )

Деталізуючи ці фактори, можна розробити цілу систему індикаторів, яка буде містити інформацію не тільки щодо розмірів ринків країн-партнерів (як натуральні логарифми реального ВВП на душу населення за паритетом купівельної спроможності), і географічної відстані між партнерами, а й доповнити її культурними та історичними зв'язками, що у поєднанні із елементами інституціонального середовища може мати більш вагомий вплив на якість міжнародної торгівлі, ніж традиційні змінні усталених в теорії економіки гравітаційних моделях ([детальніше у [5]).

### Перелік використаних джерел

1. Long read: Can Brexit defy gravity? It is still much cheaper to trade with neighbouring countries". *LSE BREXIT*. Archived from the original on 15 January 2019. Retrieved 14 January 2019
2. Tinbergen J. Shaping the World Economy: Suggestions for an International Economic Policy. *The Economic Journal*. mar., 1966. Vol. 76. Working Paper No 301. pp. 92–95
3. Linneman, H. An econometric study of world trade flows. – North Holland Publishing, Amsterdam, 1966; Linnemann H. Econometric Study of International Trade Flows. *The Economic Journal*. Jun., 1967. Vol. 77. Working Paper no 306. pp. 366–368.
4. Anderson J. E. Theoretical Foundation for the Gravity Equation / J. E. Anderson // *The American Economic Review*. — 1979. — Vol. 69. — № 1. — pp. 106-116
5. Шолом А. С., Казакова Н. А. Глобальна інституціоналізація в межах СОТ як чинник зростання зовнішньої торгівлі України. *Бізнес Інформ*. 2019. №4. С. 48–54.

**Панухник Олена**  
доктор економічних наук, професор  
завідувачка кафедри економіки та фінансів  
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
м. Тернопіль, Україна

**Провальна Юлія**  
студентка групи ПФ-11  
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
м. Тернопіль, Україна

**Olena Panukhnyk**  
Doctor of Sciences (Economics), Professor  
Head of the Department of Economics and Finance  
Ternopil Ivan Puluj National Technical University  
Ternopil, Ukraine

**Yuliia Provalna**  
student of group PF-11  
Ternopil Ivan Puluj National Technical University  
Ternopil, Ukraine

**СЦЕНАРІЇ ПОВЕДІНКИ ТРУДОВИХ МІГРАНТІВ, ЩО ВИМУШЕНО  
ПОВЕРНУЛИСЯ В УКРАЇНУ**  
**SCENARIOS OF MIGRANT WORKER'S BEHAVIOUR FORCED TO RETURN HOME**

Генеральна асамблея ООН визнає, що трудові міграційні процеси є запорукою боротьби з бідністю, вони слугують передумовою встановлення світового партнерства усіх країн з метою загальнодержавного розвитку та уможливають реальне існування глобальної комунікації людства [1]. Локально для України, це створює ще одну додаткову можливість щорічно наповнювати бюджет валютою та покривати дефіцит, який формується внаслідок перевищення імпорту над експортом [2]. Окрім цього, збільшується загальний еквівалент платоспроможності громадян, який інтенсивно живить кровоносну систему країни – її бізнес. Заробітні плати заробітчач, які так чи інакше доправляються в Україну, забезпечують наявність пропозиції іноземної валюти на ринку, що укріплює позицію гривні. Попри всі недоліки, яких теж чимало, серед широких верств населення нашої держави настрої щодо такого виду заробітку вельми позитивні.

Сьогодні Україна бореться із значною кількістю проблем, пов'язаних із пандемією COVID-19. Активно вирішуються питання щодо відсутності потрібних медикаментів, належного обладнання медичних закладів, соціального захисту хворих. Проте, ситуація з поверненням у терміновому порядку всіх наших заробітчач додому, залишається не до кінця розв'язаною.

Варто зануритися глибше, чим таке термінове повернення додому обернеться для самих трудових мігрантів? Слід зазначити, що в умовах пандемії вороже ставлення до прибулих з-за кордону з різних причин зростає. За інформацією Міністерства закордонних справ України, під час пандемії додому повернулося лише понад 210 тис. громадян [3]. Значна кількість українських сімей залишилася без джерела стабільного доходу. Більше того, обсервація та простій наших закордонних робітників оплачуватися не буде. Міграційна політика держави станом на сьогодні є настільки недосконалою, що регулювати такого роду проблеми просто нездатна.

За даних обставин, сценарії поведінки громадян, які повернулися з-за кордону, є різними та розділилися в процентному співвідношенні (рис. 1).

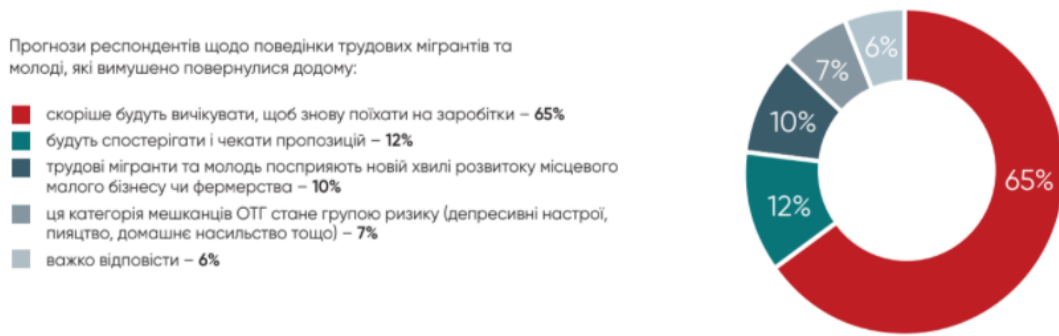


Рис. 1. Прогнози громадян України – трудових мігрантів, які вимушено повернулися додому щодо бачень свого майбутнього [4]

*\*Побудовано на основі даних швейцарсько-українського проекту децентралізації в Україні DESPRO*

За даними опитування, 65 % від загальної кількості цих громадян планують залишатися на Батьківщині лише до кінця встановлених карантинних заходів – одразу ж після їх скасування, очікують якнайшвидше залишити країну та емігрувати. Така категорія українців не може забезпечити себе гідною оплатою праці на рідній землі, і як наслідок, на постійній основі виїзять заробляти на життя за її межами. Понад 12 % – спостерігають за ситуацією та чекають пропозицій; 10 % – це ті, які в найближчому майбутньому спрямують свою трудову діяльність на покращення економіки власної країни. Зазвичай, ці молоді люди розвиватимуть малий бізнес, можливо, промисловість, або працюватимуть у сфері послуг. У будь-якому випадку, вони створять додаткові трудові ресурси на ринку праці України. На жаль, 7 % громадян очікують не надто благонадійні перспективи – пияцтво, депресія, ін. Ще 6 % громадян – не визначилися [4].

Така суспільна поведінка всіх вищезазначених груп піддається поясненню. Як колосальні можливості, так і низку невдач несуть карантинні рамки суб’єктивно кожному українському мігранту. Щоби уникнути всіх невдач, державі слід запровадити зміни відповідно часу.

#### Перелік використаних джерел

1. BBC UKRAINIAN.com. ООН позитивно оцінює вплив міграції: веб-сайт. URL: [https://www.bbc.com/ukrainian/world/story/2009/10/printable/091005\\_migration\\_un\\_sp](https://www.bbc.com/ukrainian/world/story/2009/10/printable/091005_migration_un_sp).
2. Анастасія Зануда. Чого чекати від повернення трудових мігрантів в Україну: веб-сайт. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2020/04/7/659062/>
3. У МЗС порахували, скільки українців повернулося з-за кордону за час пандемії коронавірусу: веб-сайт. URL: <https://www.5.ua/suspilstvo/u-mzs-porakhuvaly-skilky-ukraintsiv-povernulosia-z-za-kordonu-za-chas-pandemii-koronavirusu-213186.html>.
4. DESPRO. Результати опитування: наслідки COVID-19 та карантинних заходів для ОТГ: веб-сайт. URL: [https://despro.org.ua/news/news/?ELEMENT\\_ID=2126](https://despro.org.ua/news/news/?ELEMENT_ID=2126).

## СЕКЦІЯ 2

# ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕГРАЦІЇ ДЕРЖАВИ, БІЗНЕСУ, НАУКИ, ОСВІТИ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА

УДК 334.012

**Albina Kolomenska**

5th year student of PTM-20-1 group  
Institute of Economics, Taxation  
and customs UDFSU  
Irpin, Ukraine

**Scientific supervisor: Olga Marchenko**

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
Associate Professor of the Department  
economy of the enterprise UDFSU  
Irpin, Ukraine

### FOREIGN EXPERIENCE OF SMALL BUSINESS SUPPORT

The constant development of small business in the country ensures the sustainable development of the economy, helps to stabilize the situation in society and increase the number of jobs. The advantages of this business are: a large number of enterprises, which makes it possible in a short time to increase the production of various goods and services, attractiveness due to low capital intensity, the ability to quickly create additional jobs and low environmental impact.

Foreign experience suggests the need to create special systems to support small businesses, which in turn consist of specialized bodies in the executive branch. For example, in France, public policy pays considerable attention to the creation and growth of small businesses. Thus, over the past 5 years, more than 200 business incubators have been organized, which provide, under certain conditions and for a certain period of time, specially equipped premises and other property to small businesses that start their activities to help them gain financial independence. incubators [2].

In Germany, financial and technological support for small businesses. There are specially designed programs for the development of small business engaged in science. The government provides benefits for development loans for the following facilities: small businesses developing projects to improve production conditions; small business entrepreneurs engaged in research and development; small enterprises involved in improving the development of economically underdeveloped areas of the country; entrepreneurs who are engaged in the construction and solution of housing conditions; small businesses that develop projects to preserve and improve the environment and care about the environmental situation in the country. The main programs aimed at the development of small business are: "The concept of development of scientific and technical policy in relation to small and medium enterprises" and "Stimulating savings to start your own business."

In Italy, the development of small business in the last 5 years is facilitated by a strong legal framework, which is constantly reviewed and improved. In 2015, the share of small enterprises in the country's GDP is 70%. The number of employees working in small enterprises is about 60% of the total number of employees [1, p. 234]. This indicates that Italy's economy is based on small business, so it is not surprising that public policy on entrepreneurship is constantly being reformed and improved.

In the UK, government support for small businesses intensified in the second half of XX century. Various organizational measures and strategic programs were developed and implemented, the main purpose of which was to eliminate administrative barriers for small businesses. First of all, changes were made regarding the value added tax, adjustment of financing conditions and changes



in the state's social policy, and plans were developed to provide favorable conditions for repeated attempts to start their own business even when past attempts by the entrepreneur were not very successful. The small business sector is considered by the government to be the most dynamic means of improving the country's socio-economic well-being and ensuring its competitiveness in world markets.

In Japan, the government is constantly developing and enacting new laws and organizational solutions to ensure the development and support of small businesses. Thus, since the second half of XX century. the government has adopted more than 40 such laws and organizational decisions aimed at creating a comprehensive system of legal and systemic support, regulatory principles, mechanisms for implementing and controlling small business.

In the United States, a developed small business sector is considered the basis of economic development and national security. Therefore, the state policy on small business is carried out in the direction of comprehensive support of this sector, emphasizing freedom of enterprise, fair competition, development of private initiative to show all potential opportunities of a person who decided to open a small business as the basis of economic development and national security [1, p. . 232]. Many states contribute to the support of small business by creating a large number of different organizations and foundations. Examples are: mutual guarantee societies, which provide guarantees to creditors in order to obtain loans for small business development, providing their property as collateral or acting as a guarantor; mutual finance companies that finance, invest and provide subsidies for small businesses; and a large number of organizations that protect the interests of small business [2].

In Ukraine, unfortunately, the small business sector is shrinking because they can compete with big business, which seeks monopoly and absolute power in domestic and foreign markets. But by jointly developing small business activities and applying the methods of foreign countries, which are described above, we will strengthen all the benefits of this economic sector. They will help to overcome the monopoly and contribute to the development of the socio-economic environment of the country.

#### **References:**

1. Ribun LV Foreign experience of small business development / LV Ribun, GA Lekh, IM Vaskovich // Scientific Bulletin of NLTU of Ukraine. - 2016. - Vip. 26.2. - P. 230-235.
2. Varnaliy ZS Small business: basics of theory and practice / ZS Varnaliy. - K.: T-vo «Knowledge», 2001. - 277 с.
3. Epifanova IM Basic aspects of small business development in Ukraine / IM Epifanova // Proceedings of Odessa Polytechnic University. - 2009. - No 1 (31). - P. 211–215.

УДК 378.147

**Винник Тетяна**

кандидат економічних наук, доцент  
доцент кафедри економіки та фінансів

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
м. Тернопіль, Україна

**Tetiana Vynnyk**

PhD (Economics), Docent

Associate Professor Department of Economics and Finance

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

#### **СТУДЕНТОЦЕНТРОВАНИЙ ПІДХІД В ОН-ЛАЙН НАВЧАННІ STUDENTCENTERED APPROACH IN E-LEARNING**

Концепція студентоцентрованого навчання передбачає зміну акцентів – від цілей навчання на результати навчання, від показників ефективності діяльності навчального

закладу на здобутки та досягнення конкретного студента. Студентоцентризований підхід розширює права та можливості здобувачів вищої освіти, сприяє формуванню у них таких навиків та компетенцій, які гарантуватимуть їм конкурентоспроможність на мінливому ринку праці. За студентоцентризованого підходу оновлений фокус уваги до індивідуалізації освітнього процесу супроводжується рухом до переосмислення взаємин «викладач-студент». Викладач перетворюється на систематизатора та коректора знань, керівника та куратора здобувачів вищої освіти у процесі засвоєння нової інформації. Разом з тим, роль викладача не зменшується, а змінюється, він стає для студента референтною особистістю [1].

У контексті сучасних тенденцій – пандемія коронавірусу, запровадження обмежувальних карантинних заходів, навчання в он-лайн режимі – студентоцентризований підхід стає більш «виразним» та потребує такої організації освітнього процесу, яка, на основі гармонійного поєднання класичних методик та застосування нестандартних, прогресивних технологій, творчого пошуку, сприятиме особистісно-орієнтованому навчанню в нових умовах.

В системі дистанційного навчання міжособистісна взаємодія викладача та студента повинна, на нашу думку, базуватися, насамперед, на засадах комунікації, колаборації та партисипації. Комунікація та колаборація (співробітництво) є безумовними та основоположними принципами освітнього процесу, які забезпечують спільну рефлексію, у тому числі емоційний зворотній зв'язок. Партисипація (залучення) має надзвичайно важливе значення саме у реалізації принципу студентоцентризованого навчання, тим паче в он-лайн форматі. Партисипація підсилює творче мислення, забезпечує інклюзивне залучення здобувачів вищої освіти до навчального процесу, надає їх думці реальної значимості. Партисипація трансформує пасивних учасників у ефективних стейкхолдерів [2].

В умовах дистанційного навчання, коли міжособистісна взаємодія викладача та студента є вкрай важливою та разом з тим, утрудненою, ефективною технологією, що сприяє реалізації студентоцентризованого підходу до навчання є фасилітація (від англ. to facilitate – допомагати, полегшувати, сприяти, створювати сприятливі умови) – стимулюючий, ініціюючий, заохочуючий вплив на саморозвиток, самовиховання здобувача вищої освіти. Завданнями такої взаємодії є формування позитивної Я-концепції студента, здатного до саморозвитку, ціннісного ставлення до оточуючих, упевненості у своїх можливостях. Перебудова позиції викладача у взаємодії зі студентами з авторитарної на партнерську є однією з умов успішної підготовки майбутніх учителів до професійної діяльності [3].

Таким чином, абсолютно нова ситуація у світі, викликавши зміну умов, форм і механізмів навчання, потребує нових дієвих механізмів, які забезпечать дотримання принципу студентоцентризованого навчання, а фасилітація, як особливий стиль спілкування, впливу та взаємодії між викладачем та здобувачем вищої освіти, здатна задовольнити вимоги як до процесу навчання, так і до особистості викладача, особливо до його вміння будувати взаємини з іншими учасниками освітнього процесу.

### **Перелік використаних джерел**

1. Кудрявцева Т.О. Студентоцентризоване навчання як сучасна парадигма вищої освіти. URL: [https://college.nuph.edu.ua/wp-content/uploads/2018/01/Kudriavtseva\\_pedagog-chyt-2018.pdf](https://college.nuph.edu.ua/wp-content/uploads/2018/01/Kudriavtseva_pedagog-chyt-2018.pdf);
2. Партиципативні процеси: планування, фасилітація і модерація заходів. Рекомендації для використання. URL: [https://pauci.org/upload/files/GUIDELINE\\_2\\_PS.pdf](https://pauci.org/upload/files/GUIDELINE_2_PS.pdf);
3. Прасол Н.О. Педагогічна фасилітація у професійній підготовці майбутніх учителів початкових класів. URL: [file:///C:/Users/Admin/Downloads/Nvmdup\\_2014\\_1.47\\_50.pdf](file:///C:/Users/Admin/Downloads/Nvmdup_2014_1.47_50.pdf).

**Дурман Микола**  
кандидат технічних наук  
професор кафедри державного управління і місцевого самоврядування  
Херсонського національного технічного університету  
м. Херсон, Україна

**Дурман Олена**  
кандидат наук з державного управління  
доцент кафедри державного управління і місцевого самоврядування  
Херсонського національного технічного університету  
м. Херсон, Україна

**Mykola Durman**  
PhD  
Professor of Public Administration and Local Government  
Kherson National Technical University  
Kherson, Ukraine

**Olena Durman**  
PhD  
Associate Professor of Public Administration and Local and Local Government  
Kherson National Technical University  
Kherson, Ukraine

## **ФОРМУВАННЯ ОСВІТНЬОЇ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ В КОНТЕКСТІ ПРОВЕДЕННЯ РЕФОРМИ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ FORMATION OF THE EDUCATIONAL INFORMATION AND COMMUNICATION INFRASTRUCTURE IN THE CONTEXT OF THE DECENTRALIZATION REFORM**

Одне з найбільш актуальних завдань сучасного розвитку України – це формування самодостатніх територіальних громад, які є основою ефективного розвитку країни. Це пояснюється тим, що розвиток демократії в суспільстві можливий лише за наявності розвиненої системи місцевого самоврядування та самодостатності громад, які є одними з основних ознак демократії.

У Конституції України, зокрема, зазначено, що «територіальна громада – це жителі одного чи декількох населених пунктів, які добровільно об'єднуються в одну територіальну громаду для вирішення питань місцевого значення, а саме: обирають сільського, селищного чи міського голову, який очолює виконавчий орган ради та головує на засіданнях виконавчого комітету та ради, старост та депутатів ради, які представляють та захищають інтереси всієї громади; управляють майном, що є в комунальній власності; затверджують програми соціально-економічного та культурного розвитку і контролюють їх виконання; затверджують бюджети відповідних адміністративно-територіальних одиниць і контролюють їх виконання; встановлюють місцеві податки і збори відповідно до закону; забезпечують проведення місцевих референдумів та реалізацію їх результатів; утворюють, реорганізують та ліквідовують комунальні підприємства, організації і установи, а також здійснюють контроль за їх діяльністю; вирішують інші питання місцевого значення, віднесені законом до їхньої компетенції...» [1].

У Цивільному кодексі України зазначено, що «територіальні громади є юридичними особами, мають свої рахунки, надходження..., можуть створювати комунальні підприємства, навчальні заклади, підприємницькі товариства, приймати участь в їх діяльності на загальних підставах...» [2].

Важливе значення в контексті проведення реформи децентралізації має проблематика децентралізації освіти, адже держава передає на рівень об'єднаних громад найбільшу

частину управлінських та фінансових повноважень, а також відповідальність за управління освітою демократично обраним органам місцевого самоврядування [3].

Управління середньою та дошкільною освітою здійснюється централізовано (пряме підпорядкування) та децентралізовано (непрямими методами). Міністерство освіти здійснює децентралізоване управління системою освіти через розроблення законодавства, ухвалення освітніх норм і стандартів, а також через спеціальні, цілеспрямовані програми розвитку (наприклад, реформування навчальної програми або запровадження системи зовнішнього оцінювання). Міністерство також відповідає за формулу визначення розміру освітньої субвенції від державного бюджету місцевим бюджетам, а також за різноманітні фінансові програми допомоги громадам, зокрема щодо інвестицій або, наприклад, забезпечення шкільними автобусами. Такі управлінські повноваження міністерства є значними на початку процесу децентралізації, але з часом стають слабшими через внесення змін до законодавства. На місцевому рівні, на рівні громад, здійснюється централізоване управління системою освіти – формування мережі освітніх закладів, їх утримання, управління персоналом тощо.

Таким чином, ми маємо симбіоз систем управління на місцевому, регіональному державному рівнях. Цей симбіоз функціонує через співпрацю та координацію діяльності багатьох незалежних інституцій, кожна з яких має законодавчо-визначену сферу автономії. Децентралізація передбачає створення системи врядування, яка, замість вертикального підпорядкування, ґрунтується на співпраці незалежних установ різних рівнів, що керуються положеннями законодавства. В Україні це означає, що об'єднані громади, райони та області матимуть автономні, демократично обрані органи місцевого самоврядування, чії ради та виконавчі органи діятимуть відповідно до очікувань місцевих мешканців в тих галузях управління, які віднесені до їх повноважень [3].

Реформа децентралізації в освітній галузі передбачає також створення належної мережі шкіл. 20 січня 2016 року Урядом було прийнято рішення про оптимізацію шкільної мережі шляхом запровадження нової форми діяльності освітніх закладів – опорних шкіл [4]. Цим рішенням держава передає велику частку повноважень по управлінню освітньою галуззю органам місцевого самоврядування.

В той же час, держава повинна залишити за собою контроль за якістю освіти, що надається в шкільній мережі. Найбільш ефективний спосіб, на нашу думку, - формування та поширення освітнього інформаційно-комунікаційного середовища на рівень закладів середньої освіти, адже використання сучасних інформаційних технологій дають змогу державі впливати на розвиток освітньої галузі у постмодерністський спосіб. Цей підхід дає змогу створювати інформаційно-комунікаційну інфраструктуру для множини географічно розподілених суб'єктів, що співпрацюють на основі «горизонтальних» комунікацій, зокрема, на основі Інтернету та локальних мереж.

Невід'ємною частиною цієї інфраструктури повинні стати інформаційні ресурси (в тому числі й освітньої галузі), що у рекомендаціях ЮНЕСКО з розвитку і сприяння урядовій інформації, вважаються такими, що мають важливе економічне та соціальне значення та оцінюються через неекономічні критерії [5].

Тому освітні електронні інформаційні ресурси можна розглядати як основу освітнього інформаційно-комунікаційного середовища, що забезпечує отримання інформації про діяльність децентралізованої системи управління освітньою галуззю при формуванні відповідної державної політики. Ще одним позитивним моментом повинна стати можливість формування державно-управлінських рішень щодо освітньої галузі на основі актуальної, своєчасної, повної та достовірної інформації, отриманої з цих ресурсів [6].

#### **Перелік використаних джерел**

1. Конституція України: Головний Закон України від 28 червня 1996 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>
2. Цивільний кодекс України: 16 січня 2003 року № 435-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15>

3. Юрчук Л. М. Теоретико-методологічні засади та механізми державно-громадського управління регіональною системою освіти: монографія. Вінниця: ПП Балюк І.Б. 2012. 400 с.
4. Про місцеве самоврядування в Україні: Закон України від 21 травня 1997 року. № 280/97-ВР. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/280/97-вр>.
5. Vers les sociétés du savoir: rapport mondial de l'UNESCO. Paris: UNESCO 2004. VIII. 232 p
6. Дурман О.Л. Освітнє інформаційно-комунікаційне середовище: організаційний механізм формування: монографія / за наук. ред. проф. І. Лопушинського. Херсон: Вид-во ФОП Вишемирський В.С., 2019. 244 с.

УДК 334.021

**Олексюк Вікторія**

студентка кафедри економіки підприємства  
Заклад вищої освіти міністерства фінансів України  
«Державний податковий університет»  
м.Ірпінь Україна

**Науковий керівник: Ольга Марченко**

доцент кафедри економіки підприємства  
Заклад вищої освіти міністерства фінансів України  
«Державний податковий університет»  
м.Ірпінь Україна

**Viktoria Oleksiuk**

student of the department of enterprise economics  
Higher education institution of the Ministry of Finance of Ukraine  
State Tax University  
Irpen, Ukraine

**Supervisor: Olga Marchenko**

Associate Professor of Enterprise Economics  
Higher education institution of the Ministry of Finance of Ukraine  
State Tax University  
Irpen, Ukraine

**ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ГАРМОНІЗАЦІЇ  
ЦИФРОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ  
PROBLEMS AND PROSPECTS OF HARMONIZATION  
DIGITAL MARKET OF UKRAINE**

Дослідження проблем та перспектив розвитку цифрової економіки в Україні є досить актуальним, адже нині відбувається рішучий перехід від сировинної економіки до високотехнологічного виробництва. Разом із тим цифровізація орієнтується на міжнародне, європейське та регіональне співробітництво з метою інтеграції України до ЄС, виходу на європейський і світовий ринок [1,с.58].

Поняття «цифрова економіка» безліч науковців трактують по-різному, тому що одним терміном цю сферу охарактеризувати не можна. Найбільш точними будуть такі визначення:

Цифрова економіка – глобальна мережа економічних і соціальних заходів, які реалізуються через такі платформи, як Інтернет, а також мобільні й сенсорні мережі.

Цифрова економіка - це економіка постіндустріального суспільства, яка характеризується великою кількістю як нових технологічних засобів, які активно використовуються підприємствами для продуктів та послуг, так і появою цифрових каналів комунікацій і переосмисленням підходів до використання інформації [2, с. 119].

В нашу епоху цифровий розвиток кожної країни відзначається на її соціальному і економічному аспекті. Інформаційна сфера держави спрямована на розвиток суспільства, запровадження інноваційних технологій, таким чином суттєво впливає на інші сфери, конкурентоспроможність на міжнародній арені, якість життя громадян.

На сьогодні в Україні ще не розпочато дискурс з приводу розробки національної стратегії з розвитку цифрових навичок і створення національної коаліції за цифрові навички і цифрові робочі місця.

Із введенням цифрової економіки в нашу країну, ми зможемо покращити: [2, с.119]

- максимальну автоматизацію бізнес-процесів суб'єктів підприємництва;
- широке застосування ІКТ та мережі Інтернет в економічних процесах та посилення їх ролі в житті суспільства;
- використання електронного документообігу;
- наявність навиків володіння сучасними технологіями в учасників цифрових економічних відносин;
- зростання валового внутрішнього продукту за рахунок цифровізації економіки та збільшення частки цифрової економіки в ВВП;
- доступ до світових інформаційних ресурсів і задоволення їхніх потреб в інформаційних продуктах і послугах;

До переваг цифрової економіки можна також віднести нижчі ціни на товари, їх доступність та широку різноманітність, економію часу та людських ресурсів як робочої сили і водночас практично «нескінченність» товарів в електронному вигляді [3, с.10].

Не дивлячись на всю користь цифрової економіки, існують також проблеми та перешкоди на шляху впровадження її в Україну. Найвагомішою дилемою є : не досить розвинена інфраструктура, низька технологічна освіченість, труднощі з доступністю для суспільства. Також у нашій країні застаріла техніка в державних організаціях, що теж не дає змоги цифровій економіці розвиватися з більшою потужністю.

В Україні не існує бачення та жодної державної ініціативи, програми, стратегічного документа, спрямованих на створення комплексної національної системи розвитку цифрової грамотності. Також на державному рівні відсутні інструменти моніторингу та оцінки цифрових навичок і компетенцій. Через це важко визначити вектор і конкретні дії щодо розвитку сфери цифрових навичок і компетенцій в Україні на найближчу перспективу [3,с.10].

Крім того, до перешкод розвитку можна віднести відсутність стандартизації як цілих цифрових систем, так і у використанні «Інтернету речей», які змогли б гарантувати інформаційну безпеку як на індивідуальному рівні, так і на рівні надання інформаційних послуг державою [1,с.58].

Проаналізувавши всю ситуацію, ми можемо зробити висновок, що необхідно якнайшвидше створити всі необхідні умови для запровадження цифрової економіки в нашу країну. При цьому постійно вдосконалюються технології й об'єднують в глобальну мережу, інтегрувати в різні сфери життя суспільства і змінювати економіку.

#### **Перелік використаних джерел**

1. Жекало Г.І. Цифрова економіка України: проблеми та перспективи розвитку. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2019. № 26. С. 56-60
2. Матвейчук Л. О. Цифрова економіка: теоретичні аспекти. Вісник Запорізького національного університету Економічні науки. 2018. №4. С.116-127
3. Ночвай В., Корявець М., Приходько О., Олексюк Л. Аналітичний звіт «Проблеми та перспективи гармонізації цифрового ринку України з ринками ЄС та країн СхП» 2018. С. 1-16

### СЕКЦІЯ 3

## РОЛЬ ТА ПОТЕНЦІАЛ ВІТЧИЗНЯНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНО СТІЙКОЇ ДЕРЖАВИ

УДК 336

**Бурка Олександр**

студент групи ПФс-31

доцент кафедри економіки та фінансів

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

м. Тернопіль, Україна

**Науковий керівник: Константюк Наталія**

кандидат економічних наук, доцент

доцент кафедри економіки та фінансів

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

м. Тернопіль, Україна

**Oleksandr Burka**

student of group PFs-31

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

**Scientific supervisor: Nataliia Konstantiuk**

PhD (Economics), Docent

Associate Professor Department of Economics and Finance

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

### ЕФЕКТИВНЕ УПРАВЛІННЯ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЇХНІЙ ВПЛИВ НА СТРУКТУРУ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА EFFECTIVE ASSET MANAGEMENT OF THE ENTERPRISE AND THEIR INFLUENCE ON THE STRUCTURE OF ENTERPRISE FINANCIAL RESOURCES

Для здійснення господарської діяльності кожне підприємство повинно мати у своєму розпорядженні визначене майно, що належить йому на правах власності або володіння. Все майно, яким володіє підприємство і яке відображене в його балансі, називається активами підприємства.

Активи підприємства – це майно в його матеріальній і нематеріальній формах, придбане підприємством за рахунок власних або залучених ресурсів, що перебувають у його розпорядженні та призначені для використання у фінансово-господарській діяльності з метою отримання прибутку. Залежно від строку та специфіки використання у виробничій діяльності підприємства активи поділяють на необоротні та оборотні.

Необоротні активи призначені для тривалого використання в процесі фінансово-господарської діяльності. До них відносять основні засоби, нематеріальні активи, довгострокові фінансові вкладення, а також незавершене будівництво, довгострокову дебіторську заборгованість тощо.

До оборотних активів підприємства належать товарно-матеріальні запаси, дебіторська заборгованість, ліквідні цінні папери, грошові кошти тощо. Частина оборотних активів повністю використовується протягом одного виробничого циклу, а частина може залишатись невикористаною. Вартість використаних оборотних активів повністю переноситься на вартість виготовленої продукції, а активи поновлюються для забезпечення неперервності виробничого процесу.

Сформовані в процесі фінансово-господарської діяльності підприємств необоротні активи потребують постійного управління ними. Метою управління необоротними активами є визначення форм і методів фінансового управління необоротними активами підприємства в процесі здійснення різних фінансових операцій та збереження оптимального їх розміру. Основними завданнями управління необоротними активами є:

- визначення можливих форм оновлення основних виробничих засобів на простій та розширеній основі;
- визначення потреби в необоротних активах для збільшення обсягів виробництва;
- забезпечення ефективного використання раніше сформованих та нововведених основних засобів та нематеріальних активів;
- формування необхідних фінансових ресурсів для відтворення необоротних активів та оптимізація їх структури.

Характеризуючи активи як об'єкт управління, необхідно відзначити особливості їх окремих складових. Зокрема, необоротні активи є найменш мобільною частиною майна підприємства, основна відмінність якої полягає в багаторазовому використанні в процесі господарської діяльності і частковій амортизації протягом кожного операційного циклу. У процесі формування й управління необоротними активами необхідно враховувати їх переваги і недоліки порівняно з оборотними активами. Основними перевагами необоротних активів порівняно з оборотними є:

- менший ризик впливу інфляційного процесу та можливе збільшення ринкових цін на нерухомість вищими темпами, ніж темпи інфляції;
- тривалий період використання у виробничому процесі,
- здатність приносити стабільний прибуток у разі несприятливої господарської діяльності.

До їх недоліків слід віднести низький рівень маневреності, неможливість швидко змінити структуру вкладних коштів, низький рівень ліквідності і неспроможність забезпечити потік платежів за погіршення платоспроможності підприємства.

Підвищення ефективності управління необоротними активами полягає в наступному:

- формування необхідного рівня інтенсивності оновлення окремих груп операційних необоротних активів за рахунок правильно обраної амортизаційної політики;
- визначення необхідного обсягу оновлення операційних необоротних активів (на простій чи розширеній основі);
- вибір найефективніших форм оновлення окремих груп необоротних активів (шляхом зіставлення вартості оновлення в розрізі його окремих груп).

У процесі фінансово-господарської діяльності підприємству також необхідно володіти певною сумою грошових коштів для закупівлі сировини, матеріалів, напівфабрикатів, комплектуючих виробів та інших матеріальних цінностей. Зазначені матеріальні цінності призначені для забезпечення процесу виробництва та реалізації продукції.

Метою управління оборотними активами є вибір оптимального рівня і раціональної структури оборотних активів з урахуванням специфіки діяльності кожного підприємства.

Виходячи із поставленої мети фінансовий менеджер повинен розв'язати такі завдання:

- 1) провести аналіз використання оборотних активів за минулий період;
- 2) визначити ризик неплатоспроможності покупців, розрахувати прогнозне значення резерву щодо сумнівних боргів;
- 3) вибрати оптимальне співвідношення між грошовими коштами і вкладеннями в короткострокові цінні папери;
- 4) визначити розмір і структуру джерел фінансування оборотних активів;
- 5) розробити стратегію фінансування оборотних активів.

Стратегія управління оборотними активами значною мірою залежить від вибору джерел покриття змінної частини оборотних активів.

Узагальнюючи вищесказане, ефективне управління оборотними активами полягає в наступному.



1. Вибір оптимального рівня і раціональної структури оборотних активів з урахуванням специфіки діяльності кожного підприємства. При цьому найбільш загальними умовами забезпечення раціональної структури оборотних активів для всіх підприємств незалежно від організаційно-правових форм господарювання та форм власності є такі. По-перше, вартість оборотних активів (без урахування грошових коштів) має бути більшою або дорівнювати сумі кредиторської заборгованості за товарними операціями. По-друге, сума дебіторської заборгованості на визначену дату за балансом повинна бути меншою або дорівнювати загальній сумі кредиторської заборгованості на відповідну дату.

2. Вибір оптимального рівня джерел формування оборотних активів, ураховуючи при цьому ефективність використання оборотного капіталу та ризику, який впливає на фінансову стійкість і платоспроможність підприємства.

3. Наявність чистого оборотного капіталу, який дає змогу забезпечити рівень ліквідності балансу підприємства (абсолютної, поточної, загальної). Визначені коефіцієнти повинні перевищувати оптимальні значення або дорівнювати їм. Слід зазначити, що в практиці господарювання мінімальна величина чистого оборотного капіталу має бути не нижче 10 % загального обсягу оборотних активів. Інакше підприємство може втратити платоспроможність.

У разі від'ємного значення чистого оборотного капіталу підприємство змушене залучати кредити комерційного банку.

4. Забезпеченість підприємства оптимальним розміром грошових коштів, який залежить від обсягу виробництва та швидкості оборотності оборотних активів, у тому числі і грошових коштів. Ефективне управління оптимальним розміром грошових коштів досягається прискоренням надходження грошових коштів на поточний рахунок підприємства, скороченням періоду для здійснення розрахунків за відвантаженою продукцією, підвищенням ефективності від вкладених грошових коштів. Завдання підвищення ефективності використання грошових коштів може бути досягнуте через інвестування у високоліквідні фінансові інструменти або зберігання тимчасово вільних грошових коштів на депозитних рахунках комерційних банків. Підвищується ефективність використання грошових коштів за рахунок мінімізації сукупних витрат на їх утримання і зворотної конвертації короткострокових вкладень у готівкові засоби платежу.

5. Вибір оптимального операційного і фінансового циклів через скорочення виробничого процесу, прискорення оборотності дебіторської заборгованості та уповільнення оборотності кредиторської заборгованості.

6. Оптимізація параметрів розрахункових операцій на основі вимог та потреб моделі управління дебіторською заборгованістю, а також строку імобілізації фінансових ресурсів у сферу обігу, мінімізація тривалості обороту оборотного капіталу, здійснення розрахунків з постійними покупцями шляхом періодичних платежів, тобто періодичних грошових переказів.

### **Перелік використаних джерел**

1. Константюк Н., Дзодз І. Управління фінансовими результатами діяльності підприємства з метою оптимізації структури капіталу. *Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах*: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 22-24 вересня 2016 року, Тернопіль, Крок, 2016. С. 83-85.

2. Константюк Н., Когут І. Основні аспекти управління активами підприємства. *Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах*: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 22-24 вересня 2016 року, Тернопіль, Крок, 2016. С. 85-87.

3. Константюк Н. І. Базові аспекти ефективного управління фінансами підприємства. *Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у*

УДК 339.138

**Дячун Ольга**  
кандидат економічних наук, доцент  
доцент кафедри економіки та фінансів  
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
м. Тернопіль, Україна  
**Olga Dyachun**  
PhD (Economics), Docent  
Associate Professor Department of Economics and Finance  
Ternopil Ivan Puluj National Technical University  
Ternopil, Ukraine

**ОЦІНКА РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ СЛУЖБИ  
ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА  
EVALUATION OF THE RESULTS OF THE ACTIVITY OF THE MARKETING  
SERVICE OF THE INDUSTRIAL ENTERPRISE**

Оцінка діяльності маркетингових структур – це важлива функція маркетингового менеджменту, яка передбачає визначення результативності їх роботи з метою виявлення маркетингових резервів та врахування її при вирішенні кадрових питань та стимулюванні праці. Вона включає в себе організаційний, методичний та реалізаційний аспекти.

До організаційного аспекту відноситься визначення виконавців, які будуть займатися оцінкою результатів діяльності, періодичність їх проведення. Доцільно її здійснювати один раз на квартал після підведення офіційних підсумків діяльності підприємства. Це дозволить забезпечити оціночний процес достовірною і повною інформацією.

Організаційний аспект також передбачає визначення джерел інформації, необхідної для проведення оцінки результатів діяльності, та її збирання.

Методичний аспект оцінки праці співробітників передбачає вибір показників для їх проведення, встановлення критеріїв оцінки, розрахунок рівня оцінки по окремих показниках та визначення узагальнюючого оціночного коефіцієнту.

Найбільш проблемним питанням методичного аспекту оцінювання є вибір показників. Обґрунтоване визначення їх складу є стержнем оцінки діяльності маркетингової служби, як і будь-якого іншого підрозділу підприємства.

Для правильного вирішення питання щодо складу показників оцінки результатів діяльності маркетингової служби та її підрозділів необхідно, перш за все, виробити принципи, на основі яких вони будуть формуватися. До них можна віднести:

а) поділ оціночних показників на дві групи:

-перша група відображає обсяг внеску відділу маркетингу у величину показників діяльності підприємства в цілому відповідно до мети його діяльності. Саме маркетинговій службі належить основна роль у пошуку і задоволенні потреб споживачів.

-друга група включає показники, що безпосередньо відображають характер діяльності маркетингового відділу. Вони мають на меті забезпечити досягнення максимального рівня показників першої групи. Цим самим забезпечується цільова підпорядкованість роботи відділу маркетингу цілям підприємства.

Рівень оціночних показників, окремо взятих, не дозволяє в достатній мірі робити висновки щодо результативності діяльності служби маркетингу. Для цього потрібно порівняти показник оцінки з його критерієм.

Критерій – це мірило, база якими порівнюють оціночні показники роботи відділу маркетингу з метою розроблення висновків щодо ефективності одержаних результатів.

Для оцінки результатів діяльності відділу маркетингу в цілому, можна запропонувати наступні показники:

а) показники першої групи:

-обсяг продажу товарів, який є результатом діяльності саме цієї служби;

-розмір тієї частини прибутку, яка пов'язана з діяльністю відділу маркетингу.

-затрати безпосередньо відділу маркетингу. Цей показник є складовою частиною загальних затрат фірми, пов'язаних із виробництвом і продажем товарів підприємства.

б) показники другої групи: приріст обсягу продажу товарів в результаті покращення контрактів як з новими, так і існуючими клієнтами;

-зростання обсягу продажу за рахунок проведення маркетингових досліджень;

-збільшення обсягу продажу від здійснення ефективної рекламної кампанії, зв'язків з громадськістю та організації виставкової діяльності.

Завершальним об'єктом в структурі оцінки результатів діяльності маркетингової служби є окремі співробітники. Склад оціночних показників їх роботи повинен сприяти досягненню цілей, що стоять перед внутрішніми структурними підрозділами відділу.

Реалізаційний аспект оцінки результатів діяльності служби маркетингу полягає в її використанні в діяльності маркетингового відділу.

Оцінка діяльності маркетингових структур є однією із функцій маркетингового менеджменту. Якщо цього не визнавати, то і увага до оцінки діяльності маркетингових служб не буде достатньо приділятися.

#### **Перелік використаних джерел**

1. Бутенко Н.В. Основи маркетингу: Навчальний посібник. К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2004. 140 с.

2.Котлер Ф., Келлер К.П. Маркетинг менеджмент. СПб.: Питер. 2018. 848 с.

3.Маркетинговий менеджмент. Навч. Посібник./ за ред.Штефаніча Д.А. Тернопіль. ТНЕУ. 2015. 241 с.

УДК 334.021

**Катрусяк Христина**

студентка групи ППм-61

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

м. Тернопіль, Україна

**Khrystyna Katrusiak**

student of group PPM-61

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

#### **ЕВОЛЮЦІЯ ПОГЛЯДІВ НА МОТИВАЦІЮ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

#### **EVOLUTION OF VIEWS ON PERSONNEL MOTIVATION AT THE ENTERPRISE**

Проблемою збільшення рівня продуктивності праці цікавились ще з давніх часів, починаючи з появи суспільного виробництва. Вчені та дослідники мали на меті знайти відповідь на питання, яким чином можна спонукати людей до ефективнішої праці. Жодне підприємство не функціонуватиме ефективно, якщо не буде розроблено оптимальну систему мотивації праці персоналу, яка б спонукала кожного працювати продуктивно для досягнення особистісних цілей та цілей підприємства. Проте для систем мотивації українських підприємств характерним є односторонність систем мотивації, яка полягає у надання

особливого значення заробітній платі та нехтуванні нефінансових, моральних методів мотивації; необдумане копіювання зарубіжних систем мотивації персоналу, що не відповідають рівню розвитку вітчизняних підприємств, їх фінансовим можливостям, умовам господарювання, потребам та менталітету працівників. Це зумовлює необхідність дослідження систем мотивації персоналу на підприємстві та формування ефективної мотиваційної системи.

Актуальність проблеми мотивації персоналу зумовила значний інтерес науковців до неї. Питання мотивації досліджували такі відомі зарубіжні вчені, як М. Армстронг, Р. Дафт, Д. Макклеланд, Ф. Херцберг, А. Маслоу, Е. Мейо, Д. МакГрегор, А. Сміт, Ф. Тейлор. Проблема мотивації персоналу є предметом дослідження ряду вчених близького зарубіжжя, зокрема Б. М. Генкіна, А. Я. Кібанова, А. А. Литвинюка, Н. В. Самоукіної, С. А. Шапіро, Й. Щипачинського. Серед вітчизняних науковців значний внесок в розвиток проблеми мотивації зробили Д. П. Богиня, В. М. Данюк, А. М. Колот, Г. Т. Куліков, С. О. Цимбалюк та інші.

Численні дослідження вчених щодо заохочення працівників до ефективнішої діяльності можна розділити на дві групи: змістові теорії і процесуальні теорії. Сучасні науковці розглядають мотивацію як процес впливу на працівників суб'єктом управління; процес усвідомленого вибору працівником певного типу поведінки під впливом зовнішніх і внутрішніх сил; сукупність зовнішніх і внутрішніх сил, що впливають на працівника і визначають його поведінку; внутрішній стан працівника, що визначається його потребами та інтересами. Формами мотивації є матеріальна і нематеріальна, зовнішня і внутрішня, позитивна і негативна, самомотивація. До методів мотивації відносять: примушення, винагородження і солідарність; методи самомотивації і стороннього мотивування; методи позитивного і негативного мотивування; прямі та непрямі методи; внутрішні та зовнішні методи; економічні, організаційні, соціальні та морально-психологічні; адміністративні, економічні і соціально-психологічні. Усі форми і методи мотивації об'єднуються у систему мотивації – комплекс заходів, що заохочують персонал підприємства до ефективної праці для досягнення мети підприємства. Проблему мотивації персоналу почав вивчати Адам Сміт. В його праці «Дослідження про природу і причини багатства народів» він описав важке життя людини того часу. На думку автора головним мотивом діяльності людини є поліпшення свого економічного стану та потяг до максимально економічної вигоди. За умов, коли люди боролися за виживання, цілком логічним був висновок, який він описав у своїй праці: людина, коли матиме можливість, завжди намагатиметься покращити свій добробут [1].

Продовжив думку А. Сміта про вплив економічної вигоди на продуктивність праці Ф. Тейлор в праці «Принципи наукового управління». На його думку, причиною того, що працівники незадоволені роботою та повільно виконують завдання є рівна оплата праці для всього персоналу. Тому працівники не зацікавлені підвищувати продуктивність праці, оскільки їм однаково за це платять. Виходячи з цього, Ф. Тейлор запропонував певну систему, за якої кожен працівник отримує інструкції з описом роботи, час на виконання роботи, ресурси, які необхідні для виконання. У випадку, коли працівник успішно впорався з поставленим завданням йому виплачується надбавка – 30-100% від заробітної плати. На його думку, гроші є найважливішим мотивом трудової діяльності [2].

У економічній енциклопедії дається визначення мотивації: «мотивація – це причина, яка спонукає економічного суб'єкта до діяльності для досягнення певної мети, наявність інтересу до цієї діяльності й способів її реалізації» [6]. Проте, на нашу думку, це визначення відповідає терміну «мотив». А. М. Колот мотивацію розглядає як сукупність внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, які заохочують до діяльності, визначають поведінку, форми діяльності, надають цій діяльності спрямованість, орієнтованої на досягнення власних цілей і цілей організації. Іншими словами мотивація є сукупністю мотивів, що впливають на поведінку [7].

На думку Д. П. Богині, мотивація є суб'єктивним аспектом діяльності людини, що представлений сукупністю потреб, інтересів. Капустянський пояснює суть мотивації як довготерміновий вплив на працівників для зміни їх цінностей та інтересів.

Деякий час трудові ресурси підприємства розглядалися разом з ресурсами інших видів. Але останнім часом роль та значення традиційних факторів виробництва – матеріалів, фінансових ресурсів, землі – порівняно з трудовими дещо зменшилася. Персонал підприємства є його ресурсом, від ефективності використання якого вирішальним чином залежать результати діяльності підприємства та їхні характеристики – конкурентоспроможність підприємства та його продукції, стійкість, ділова активність, ефективність. Роль й ставлення до персоналу протягом ХХ століття суттєво змінилися – від гіпотези щодо "Homo economicus" в економічній теорії та ставлення до персоналу як до механістичного ресурсу у виробництві (тейлоризм) у практиці управління до теоретичного визнання соціальної моделі людини й гуманістичної, людиноспрямованої моделі управління підприємством і виробничої демократії.

Від ставлення працівників підприємства до своїх обов'язків, від вияву ними ініціативи, творчості, вмінь та навичок, використання досвіду значною мірою залежать результати діяльності підприємства та їх характеристики. З іншого боку, персонал підприємства буде належним чином ставитися до своїх обов'язків, виконувати їх творчо та ініціативно, тобто віддавати на користь підприємству все те, чим володіє, лише в тому випадку, якщо для цього будуть створені відповідні умови.

#### **Перелік використаних джерел**

1. Адам Сміт. Дослідження про природу і причини багатства народів / Адам Сміт; О. Васильєв, М. Межевікіна, А. Малівський. — Київ : Наш формат, 2018. — 736 с.
2. Taylor F. W. Principles of Scientific Management, New York, Harper, 1911.
3. Maslow A. Motivation and Personality, Harper & Row, New York, 1954
4. Колот А. М. Мотивація персоналу : підручник. / А. М. Колот – К. : КНЕУ, 2002. – 337 с.
5. McGregor D. The human side of enterprise. Reflections, 2000, 2(1), 6-15.
6. Економічна енциклопедія: у 3-х т. Т. 2. / відп. ред. С. В. Мочерний [та ін.]. – К. : Видав. Центр «Академія», 2001. – 848 с.
7. Мотивація праці персоналу підприємств машинобудування: монографія / І. М. Грінько; Нац. техн. ун-т України "Київ. політехн. ін-т". - Київ : НТУУ "КПІ", 2016. - 240 с.

**Константюк Наталія**  
кандидат економічних наук, доцент  
доцент кафедри економіки та фінансів  
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
м. Тернопіль, Україна

**Баліцький Сергій**  
студент групи ПФМЗ-51  
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
м. Тернопіль, Україна

**Nataliia Konstantiuk**  
PhD (Economics), Docent  
Associate Professor Department of Economics and Finance  
Ternopil Ivan Puluj National Technical University  
Ternopil, Ukraine

**Serhii Balitskyi**  
student of group PFmz-51  
Ternopil Ivan Puluj National Technical University  
Ternopil, Ukraine

**УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА СТРУКТУРУ  
КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА  
FINANCIAL SUSTAINABILITY MANAGEMENT AND ITS IMPACT ON THE  
CAPITAL STRUCTURE OF THE ENTERPRISE**

Фінансова стійкість є однією з найважливіших характеристик фінансового стану підприємства з позиції довгострокової перспективи. Вона відображає здатність підприємства відповідати за свої борги й зобов'язання та нарощувати економічний потенціал. Фінансова стійкість характеризує ступінь фінансової незалежності підприємства щодо володіння своїм майном і його використанням. Вона виступає головною умовою життєдіяльності і основою стабільності фінансового стану підприємства. Недостатня фінансова стійкість може призвести до неплатоспроможності підприємства, відсутності в нього коштів для розвитку виробництва і взагалі поточної діяльності. Надлишкова фінансова стійкість також може негативно впливати на виробничо-господарську діяльність, виступати гальмом її розвитку, супроводжуватися нарощуванням затрат підприємства, накопиченням надлишкових запасів і резервів.

Фінансова стійкість є головним компонентом загальної стійкості підприємства. Вона відбиває такий стан фінансових ресурсів, при якому підприємство, вільно маневруючи коштами здатне шляхом ефективного їх використання забезпечити безперебійний процес виробництва і реалізації продукції, а також витрати по його розширенню і відновленню.

Фінансова стійкість – один із головних чинників, що впливає на досягнення підприємством фінансової рівноваги та фінансової стабільності.

Забезпечення фінансової стійкості підприємств, стабільності їх функціонування є основним напрямом макроекономічної стабілізації, оскільки макроекономічна і макрофінансова стабілізація в короткостроковому та в довгостроковому періодах є тим економічним середовищем, в якому створюються сприятливі умови для підприємств.

Високий ступінь зв'язку фінансової стійкості підприємства з формуванням, розподілом та використанням його фінансових ресурсів, визначає необхідність врахування в процесі управління нею теоретичних основ та механізмів функціонування капіталу і, в першу чергу, таких аспектів як оборот, вартість та структура капіталу підприємства.

Безперечно, фінансова стійкість підприємства, пов'язана з рухом позикового капіталу, що використовується для здійснення господарської діяльності. Цей зв'язок обумовлено тим,

що в сучасних умовах кредит є важливим джерелом задоволення потреби підприємства в грошових ресурсах. Яким би високим не був рівень самофінансування операційної та інвестиційної діяльності підприємства, для забезпечення прискореного росту і підвищення фінансової рентабельності йому необхідно залучати позиковий капітал. А от ефективність управління фінансовою стійкістю підприємства і вимагає знання особливостей та форм позикового капіталу, механізму формування ставки відсотків на кредитному ринку та специфіки організації кредитної системи країни.

Вищою формою стійкості підприємства є його здатність розвиватися в умовах змінного внутрішнього та зовнішнього середовища, а задля цього підприємство повинно мати можливість залучати позиковий капітал, тобто бути не лише платоспроможним, але й кредитоспроможним, а саме мати всі необхідні умови для залучення позикового капіталу та здатності своєчасно повернути взятую суму кредиту з виплатою відсотків. Перш за все, кредитоспроможність підприємства з точки зору багатьох спеціалістів у сфері фінансового менеджменту визначається його поточним фінансовим станом та можливими перспективами його змін. Наприклад, якщо у підприємства знижується рентабельність, воно стає менш кредитоспроможним, а це, в свою чергу, може призвести до погіршення фінансової стійкості підприємства.

У свою чергу, обслуговуючи процес кругообігу капіталу в грошовій формі, сформований грошовий потік підприємства повинен забезпечити не лише своєчасне надходження та витрачання грошових коштів, але і певний рівень їх запасу з метою підтримання постійної платоспроможності та, як результат, забезпечення фінансової стійкості підприємства. Тобто, першочергового значення для забезпечення чи підтримання на необхідному рівні фінансової стійкості набуває також і оптимальне управління структурою грошових потоків підприємства.

Для забезпечення та підтримання фінансової стійкості підприємств необхідно, щоб частина їх коштів зберігалася у грошовій формі чи мала високий ступінь ліквідності. Відповідно, актуальною є необхідність створення механізмів регулювання грошових потоків підприємства. З іншого боку, управління активами забезпечує не лише визначення необхідного обсягу грошових коштів для підтримання постійної платоспроможності підприємства, але й формування їх раціональної структури. Адже, різні види активів, в залежності від універсальності свого функціонального призначення, швидкості обертання мають різний ступінь ліквідності. Тому, при формуванні структури активів підприємства з позиції ефективного управління його фінансовою стійкістю необхідно забезпечити у їх складі достатні обсяги таких видів, які за необхідністю могли б бути швидко конвертованими в грошову форму за своєю ринковою вартістю.

Управління фінансовою стійкістю підприємства являє собою систему принципів та методів розробки і реалізації управлінських рішень, пов'язаних із забезпеченням такого стану фінансових ресурсів і активів, їх формування та розподілу, яка б дозволила господарюючому суб'єкту розвиватися на основі зростання прибутку та капіталу при збереженні платоспроможності і кредитоспроможності та забезпечення і підтримання його фінансової рівноваги. Основною метою такого управління є забезпечення фінансової безпеки та стабільності функціонування і розвитку підприємства в поточному та перспективному періодах, що дозволить, в кінцевому підсумку, максимізувати його ринкову вартість. Для досягнення цієї мети управління фінансовою стійкістю підприємства має забезпечити виконання наступних завдань:

- забезпечення оптимальної структури капіталу та активів,
- забезпечення постійної платоспроможності та кредитоспроможності,
- збалансування та забезпечення оптимальної структури грошових потоків.

В процесі управління фінансовою стійкістю підприємства головна мета та його основні задачі реалізуються шляхом здійснення певних функцій, які варто розглядати поперше, у якості функцій управління фінансовою стійкістю як управляючої системи та які є складовими будь-якого процесу управління незалежно від виду його діяльності,

організаційно-правової форми, розміру та форми власності (аналіз фінансової стійкості в поточному періоді, прогнозування параметрів фінансової стійкості на плановий період, розробка дієвої системи стимулювання реалізації управлінських рішень щодо управління фінансовою стійкістю і здійснення ефективного контролю за виконанням прийнятих рішень щодо забезпечення чи підтримання на необхідному рівні фінансової стійкості) та по-друге, у якості функцій управління фінансовою стійкістю як специфічної сфери управління підприємством в цілому.

Управління фінансовою стійкістю підприємства має певні особливості: відповідає ознакам підпорядкованості до загальної системи управління господарською діяльністю підприємства; залежить від економічних особливостей конкурентного середовища та організаційно-правової форми функціонування підприємства; завжди пов'язано з постійною дією фінансових ризиків погіршення економічної урегульованості використання ресурсного потенціалу. Також управління фінансовою стійкістю підприємства забезпечує стабільну платоспроможність у тривалій перспективі, в основі якої є можливості постійної збалансованості активів і пасивів, доходів і витрат, позитивних і негативних грошових потоків.

Досвід процвітаючих в умовах ринку підприємств переконує в тому, що їхній стійкий розвиток залежить від сукупності таких властивостей, як гнучкість і швидкість реакції на зміни в кон'юнктурі ринку, конкурентоздатність продукції і виробництва, інвестиційна активність, висока ліквідність і фінансова стабільність, широке використання інноваційних факторів для саморозвитку.

Спроможність підприємства вчасно здійснювати платежі, фінансувати свою діяльність на розширеній основі, переносити непередбачені потрясіння і підтримувати свою ліквідність в умовах стратегічної спрямованості свідчить про його стійкий фінансовий стан, і навпаки.

Процес управління фінансовою стійкістю підприємства повинен послідовно здійснюватися за такими етапами: усунення неплатоспроможності, відновлення фінансової незалежності, зміна фінансової стратегії з метою прискорення економічного зростання. Повна фінансова стабілізація буде досягнута лише тоді, коли підприємство забезпечуватиме зниження вартості капіталу, та, водночас, постійне зростання ринкової вартості підприємства. Ця задача потребує збільшення темпів виробничого розвитку на основі корегування фінансової стратегії підприємства. В цілому ж фінансова стратегія повинна забезпечувати високі темпи економічного розвитку за одночасного зниження загрози банкрутства.

#### **Перелік використаних джерел**

1. Константюк Н., Дзодз І. Управління фінансовими результатами діяльності підприємства з метою оптимізації структури капіталу. *Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах*: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 22-24 вересня 2016 року, Тернопіль, Крок, 2016. С. 83-85.

2. Константюк Н., Когут І. Основні аспекти управління активами підприємства. *Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах*: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 22-24 вересня 2016 року, Тернопіль, Крок, 2016. С. 85-87.

3. Константюк Н. І. Базові аспекти ефективного управління фінансами підприємства. *Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах*: Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції, 2020. С. 50-51



**Крамар Ірина**

доктор економічних наук, доцент  
професор кафедри економіки та фінансів  
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
м. Тернопіль, Україна

**Kramar Iryna**

Doctor of Science (in Economics)  
Professor at the Department of Economics and Finance  
Ternopil Ivan Puluj National Technical University  
Ternopil, Ukraine

**Машталер Юрій**

студент групи ППм-61  
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
м. Тернопіль, Україна

**Mashtaler Yuriy**

student of group PPM-61  
Ternopil Ivan Puluj National Technical University  
Ternopil, Ukraine

## **ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА У ЗМІННИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ ENSURANCE OF ENTERPRISE EFFICIENCY UNDER CHANGING ECONOMIC CONDITIONS**

У сучасному світі бізнес зустрічається із безліччю викликів. І 2020 рік довів, наскільки ці виклики можуть бути непередбачуваними. Відповідно, ефективна діяльність підприємства можлива лише за умов його гнучкості та адаптації до нових умов функціонування. Тому на сьогодні актуальним питанням для бізнесу є пошук тих заходів, впровадження яких дозволить це зробити.

Важливим аспектом у даному контексті є необхідність прийняття швидких і гнучких рішень, від яких безпосередньо залежить ефективна система контролю і управління ризиками. Вона дозволяє підприємцю на ранньому етапі виявляти небезпеки та краще діяти у змінних умовах функціонування.

Особливе місце у даному питанні належить розвитку людського капіталу. Міжнародна мережа компаній, що пропонує професійні послуги у сфері консалтингу PricewaterhouseCoopers зазначає, що адаптивність бізнесу до нових викликів сьогодення та інвестиції у перепідготовку кадрів тісно пов'язані між собою, а необхідність розвитку у працівників відповідних навичок та компетентностей, їхня перекваліфікація є об'єктивною реальністю [1]. Запровадження програм та підтримка ініціатив щодо даного процесу демонструє відданість керівника своїй команді і, як результат, підвищує ефективність бізнесу, у якому людський капітал є найціннішим ресурсом. Необхідно пам'ятати, що особиста ефективність кожного зі співробітників є основою досягнення цілей компанії.

Окрім того, експерти компанії PwC пропонують заходи антикризового управління бізнесом у відповідь на COVID-19. Зокрема:

1. Розробка сценаріїв управління інцидентами, специфічними для цієї кризи.
2. Ефективна комунікація із стейкхолдерами.
3. Здійснення діяльності відповідно до вимог антикризових програм уряду для мінімізації ризику дестабілізації бізнесу [2].

Рекомендації у певній сфері діяльності наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Заходи антикризового управління бізнесом у відповідь на COVID-19 за оцінками експертів компанії PwC залежно від сфери діяльності (сформовано на основі даних [2])

У сфері оподаткування та торгової діяльності	Забезпечення ефективного податкового управління, використання наявних можливостей відшкодувань та аналіз заходів реагування національних урядів та податкових органів у відповідь на COVID-19
	Розроблення/оновлення політик трансфертного ціноутворення у зв'язку зі зниженням доходів. Визначення можливостей для податкової оптимізації.
	Розроблення заходів з підвищення ефективності управління грошовими потоками.
У сфері операційної діяльності	Прискорення цифрової трансформації, так як перехід на режим дистанційної роботи виявив слабкі місця в розвитку цифрових навичок.
	Збереження рентабельності бізнесу завдяки таким заходам, як побудова сценаріїв розвитку та регулярне фінансове моделювання з урахуванням економічних наслідків пандемії.
	Аналізування факторів, які впливають на тенденції цільових ринків або трансформацію бізнес-моделей у зв'язку з пандемією у довгостроковій перспективі.
У сфері управління персоналом та договірних права	Оцінка юридичних аспектів роботи з персоналом, у тому числі інструкції щодо дистанційної роботи, перегляд заробітної плати, припинення працевлаштування або релокацію.
	Тимчасовий аутсорсинг функції ведення бухгалтерського обліку, складання звітності, юридичної підтримки та HR функції.
	Перегляд своїх комерційних договорів з точки зору виконання зобов'язань вашою компанією та контрагентом, і, якщо доцільно, адаптація їх до умов кризи.
	Перегляд своїх договорів оренди з метою виявлення можливостей заощадження на орендних платежах.

Таким чином, з метою адаптації до кризових умов господарювання, у яких сьогодні вимушений працювати український та світовий бізнес, визначальними факторами успіху даного процесу є виявлення пріоритетних заходів, які необхідно вжити у різних сферах діяльності підприємства. Кризовий період виступає також і періодом можливостей. Ті компанії, котрі у цей час запропонують найвищу цінність чи створять додаткову вартість для свого продукту (послуги), продовжуватимуть інвестувати у розвиток людського капіталу, зможуть не лише адаптуватися до нових умов, а й стати лідерами у своїх галузях.

#### Перелік використаних джерел

1. Офіційний сайт компанії PwC. Режим доступу: <https://www.pwc.com/ua/uk.html>
2. Виклики для бізнесу у зв'язку з пандемією. Режим доступу: <https://www.pwc.com/ua/uk/survey/2020/covid-19.html>

**Лазарева Вікторія**  
викладач вищої категорії  
спеціальних економічних дисциплін  
Снятинський коледж  
Подільського державного аграрно- технічного університету  
м. Снятин, Україна

**Миرونюк Марія**  
викладач вищої категорії  
спеціальних економічних дисциплін  
Снятинський коледж  
Подільського державного аграрно- технічного університету  
м. Снятин, Україна

**Victoria Lazareva**  
teacher of the highest category  
special economic disciplines  
Sniatyn College of Podolsk State Agrarian Technical University  
Sniatyn, Ukraine

**Maria Myronyuk**  
teacher of the highest category  
special economic disciplines  
Sniatyn College of Podolsk State Agrarian Technical University  
Sniatyn, Ukraine

**РОЛЬ І ПОТЕНЦІАЛ ВІТЧИЗНЯНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У РОЗВИТКУ  
ЕКОНОМІЧНО СТІЙКОЇ ДЕРЖАВИ  
THE ROLE AND POTENTIAL OF DOMESTIC ENTREPRENEURSHIP IN THE  
DEVELOPMENT OF AN ECONOMICALLY SUSTAINABLE STATE**

У сучасних умовах нестабільного економічного середовища все більш актуалізуються питання пошуку ефективних способів забезпечення стабільної, результативної та прибуткової діяльності господарюючих суб'єктів. Раціональне та ефективне використання матеріальних, виробничих, трудових та інших ресурсів, пошук нових можливостей, своєчасні управлінські рішення визначають перевагу підприємства над конкурентами та стрімкий економічний розвиток. Саме потенціал як інтегрована сукупність можливостей, здібностей, ресурсів та засобів набуває вагомого значення у процесах підвищення результативності функціонування вітчизняних підприємств. Практика показує, що першочергово зазнають криз підприємства з невисоким рівнем сформованого потенціалу чи невикористаними можливостями його застосування. Все це обумовлює необхідність вивчення сутності потенціалу підприємства та його структуризації, а також аналізу його складових.

Існує декілька різних поглядів на конкретизацію змістовної основи поняття "потенціал", серед яких варто виділити кілька підходів:

- ресурсний, за яким потенціал підприємства визначається як сукупність усіх наявних внутрішніх ресурсів підприємства;
- цільовий, за яким він ототожнюється із здатністю, спроможністю чи можливістю підприємства здійснювати певну діяльність, яка б сприяла досягненню поставленої цілі шляхом виконання певних завдань;
- результатний, що розглядає потенціал підприємства як всі наявні ресурси та можливості, що використовуються для досягнення поставлених цілей;

- системний, за яким потенціал підприємства досліджується як система певних характеристик, елементів, що забезпечують досягнення поставленої мети. Цей підхід узагальнює ресурсний, цільовий та результатний через їх системне інтерпретування.

Висока динаміка зміни навколишнього середовища вітчизняних підприємств вимагає від них використання ефективної системи управління інноваційним потенціалом, що розроблений на принципах системного підходу. Така

система повинна враховувати вплив зміни навколишнього середовища підприємства та використання превентивних різноманітних методів управління.

Метою управління інноваційним потенціалом підприємства є підвищення його здатності швидко реагувати на зміни кон'юнктури ринку та зростання споживчої цінності продукції з метою максимального задоволення потреб споживачів. При цьому обсяг застосування інновацій на вітчизняних підприємствах порівняно із зарубіжними підприємствами залишається на досить низькому рівні. Необхідність реалізації інноваційних процесів та механізму управління інноваційним потенціалом зумовлена впливом підприємств на економіку в цілому.

У зв'язку з науково-технічними нововведеннями були розроблені нові підходи до дослідження науки та практики управління, такі як системний, ситуаційний, процесний та ресурсний.

Отже, необхідно провести всебічний аналіз методичних підходів до управління інноваційним потенціалом підприємства. Оскільки ситуаційний підхід виходить із системного, а ресурсний – із процесного, то аналіз повинен охоплювати два підходи, такі як системний і процесний.

Інноваційний потенціал не можна використовувати однаково ефективно для вирішення різних проблем, оскільки процес формування та подальшого розвитку інноваційного потенціалу будь-якого підприємства повинен бути заснованим на системних позиціях, проте при цьому необхідно враховувати особливості вирішуваного питання.

Зокрема, накопичений досвід організації управління інноваційною діяльністю як у нашій країні, так і в промислово розвинених країнах виявив низку істотних чинників.

Інноваційний потенціал кожного підприємства залежить від масштабів та специфіки його діяльності, а ступінь використання інноваційного потенціалу визначає його інноваційні можливості та здатність підприємства сприймати нововведення. Вагомий вплив на розвиток інноваційного потенціалу підприємства мають фактори ринкового середовища.

Найслабшою ланкою розвитку інноваційного потенціалу є відсутність ефективного механізму управління.

Проведений аналіз забезпечив виявлення основних проблем управління інноваційним потенціалом підприємства, таких як:

- брак фінансових коштів, що характеризується пошуком джерел фінансування і раціональним використанням наявних перспективних напрямів інноваційної діяльності;
- відсутність методики для комплексної оцінки інноваційного потенціалу підприємства;
- необхідність технологічного та постійного переоснащення виробництва сучасним обладнанням;
- підвищена можливість виникнення ризиків, що зумовлена високою невизначеністю результату;
- відсутність потрібної інформації про потреби ринку в інноваційній продукції;
- недосконалість мотивації персоналу та неврахування підвищеної значущості окремих фахівців;
- неефективна робота маркетингової служби.

Отже, створення ефективного механізму управління інноваційним потенціалом на підприємстві дає змогу приймати обґрунтовані рішення у сфері управління на відповідному стратегічному рівні, знижувати ризик інноваційної діяльності у результаті

впровадження комплексного оцінювання інноваційного потенціалу, підвищення ефективності використання наявних ресурсів підприємства.

#### **Перелік використаних джерел**

1. Гаркавенко Н., Вітер В., Новосільська Н. Роль держави у соціально-економічному розвитку суспільства та вирішенні проблеми бідності / Н.Гаркавенко, В.Вітер, Н.Новосільська. // Україна: аспекти праці №3-4, 2016, – С. 30-37.
2. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://data.Worldbank.org/indicator/ NE.GDI.TOTL.ZS](http://data.Worldbank.org/indicator/NE.GDI.TOTL.ZS).
3. Ковальчук Т.Т., Ковальчук Н.П. Макроекономічні ризики: класифікаційні ознаки, способи виміру, шляхи мінімізації: моногр. – К.: Знання, 2012. – 301с.
4. Статистика науки и инвестиций: Краткий терминологический словарь/Под ред. Л.М.Гохберга.- М.: ЦИСН, 1991. - 348с.
5. Стан розвитку науки і техніки, результати наукової, науково-технічної, інноваційної діяльності, трансферу технології за 2014 рік: аналіт. довідка. – К.: Український інститут науково-технічної і економічної інформації, 2015. – 208с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://old.mon.gov.ua/img/zstored/files/Стан розвитку науки і техніки та результативність.pdf](http://old.mon.gov.ua/img/zstored/files/Стан_розвитку_науки_і_техніки_та_результативність.pdf)
6. Економічна статистика/Наука, технології та інновації/Наукова та інноваційна діяльність [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

УДК 330: 65

**Мазуренок Оксана**

кандидат економічних наук, старший викладач  
старший викладач кафедри бухгалтерського обліку та аудиту  
Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя  
м. Тернопіль, Україна

**Грицишин Вікторія**

студентка групи БМ-21  
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
м. Тернопіль, Україна

**Oksana Mazurenok**

candidate of economic sciences, senior lecturer  
senior lecturer departments of accounting and auditing  
Ternopil Ivan Puluj National Technical University  
Ternopil, Ukraine

**Viktoriia Hrytsyshyn**

Student of group BM-21  
Ternopil Ivan Puluj National Technical University  
Ternopil, Ukraine

### **РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В ПЕРІОД КАРАНТИННИХ ОБМЕЖЕНЬ DEVELOPMENT OF UKRAINE'S ECONOMY DURING QUARANTINE RESTRICTIONS**

На сьогоднішній день загострення ситуації із пандемією COVID-19 призвело до стагнації економічних процесів. Особливо відчутним це є у країнах, залежних від туризму, таких як Греція чи Хорватія, а також у тих державах, що залежать від переказів трудових мігрантів (серед яких Україна), які суттєво скоротилися. Слід зазначити, що економіка нашої країни досить різко реагує на падіння цін на електроносії (відбувається тенденція зростання показників розвитку економіки) та падіння цін на метал чи зерно (відбувається уповільнення

розвитку економіки). Ключовим елементом в рості тих чи інших економічних показників є розмір експортної виручки, яку отримує Україна, а враховуючи карантинні обмеження – ці показники за останні періоди часу значно погіршилися. Для початку розглянемо товарну структуру зовнішньої торгівлі України, яка була у докарантинний період часу (рис.1).



Рис.1. Товарна структура зовнішньої торгівлі України за період 2020 року

Як бачимо, що значну частину експорту, а саме 28% від загальної структури становлять недорогоцінні метали та вироби із них. Якщо аналізувати імпорт - велика частина, а саме 29% припадає на мінеральні продукти. У підсумку маємо, що у першій половині 2020 року українська економіка впала на 6,5%, оскільки у першому кварталі падіння ВВП становило 1,3%, в другому – 11,4%, у третьому відбувається уповільнення спаду ВВП до 7,4%, а в четвертому очікується падіння до 3,8%.

Обсяги товарів експорту з України та відповідно імпорту також сповільнюються в слід за ВВП та промисловим виробництвом. Більше зможемо зрозуміти, проаналізувавши динаміку експорту-імпорту відносно років (рис.2). Порівняно з таким же періодом 2019 року, експорт товарів зменшився на 6,36%, а імпорт зменшився на 14,24%. Якщо порівняти ці показники з 2018 роком, то вони також значно нижчі. Проте обсяги експорт-імпорту перевищують показники за той самий період 2017 року. Серед товарів, що займають значне місце в структурі українського експорту, найбільше впали поставки металів та прокату - на 18,5% та машинобудівної продукції – на 13%.



Рис.2. Динаміка експорту-імпорту за 2017-2020 роки

Слід звернути увагу щодо скорочення зовнішнього та внутрішнього попиту на українські у 2020 році, можливо за рахунок карантинних умов. Наслідком цього є падіння економіки на 11,4% за другий квартал цього року.

Проаналізувавши також ринок автомобільних товарів – можна зазначити, що з початку року продажі нових легкових автомобілів знизились на 4% порівняно з тим же періодом 2019 року. З січня по серпень українці придбали і поставили на облік 52,5 тис. нових легкових автомобілів. Разом із тим ринок нових комерційних автомобілів зменшився на 17%. За 8 місяців 2020 року в Україні було зареєстровано майже 6,4 тис. нових комерційних автомобілів. Імпорт нових автомобілів в Україну за шість місяців 2020 року впав на 36%.

Закриття кордонів та карантин в країнах Європи вплинули також на обсяги грошових переказів від українських заробітчан. Загалом з січня до липня 2020 року перекази від заробітчан, порівняно з цим же періодом 2019 року, зменшилися на 5,3%, тобто на 350 млн. дол. до 6,3 млрд. дол. А це, в свою чергу, на 300 млн. більше, ніж з січня по липень 2018 року. Як нам відомо, у 2019 році мігранти переказали додому понад 12 млрд. доларів, а це в свою чергу, становить майже 8 % ВВП країни. За перше півріччя перекази вагомо скоротились, проте з пом'якшенням карантину, в деякій мірі, почали відновлюватися. Відповідно до очікувань, прогнозується, що Україна недорахується до 2 млрд. доларів від трудових мігрантів.

У червні активність бізнесу почала відновлюватися. Це можна побачити по обсягу постачання товарів та послуг між платниками ПДВ. Зокрема, обсяги торгівлі між платниками ПДВ досягли мінімуму та почали зростати, перевищивши в липні докарантинні показники (рис.3).



Рис.3. Обсяги постачання товарів/послугу між платниками ПДВ у 2020 році

Відносно збільшуються і обсяги сплати податків порівняно з березнем, коли уся економіка пішла на карантин. Так в липні податку на додану вартість з вироблених в Україні товарів було сплачено на 4,16% більше, ніж в березні. Акцизів з вироблених в країні товарів на 20% більше. Разом із тим відшкодовано ПДВ експортерам на 14,2% менше, а податку на доходи фізичних осіб було зібрано на 1,46% менше.

Не дивлячись на те, що в Україні знижується промислове виробництво, обсяги імпорту та експорту, перекази заробітчан економіка країни показує ознаки відновлення, оскільки обсяги споживань збільшуються і у деяких випадках, навіть перевищують докарантинні. Однак, поки ще рано говорити про майбутній ріст економіки через ріст обсягів споживання домогосподарствами. Скоріш за все поточне поживлення пов'язане з відкладеним попитом, коли населення через жорсткі карантинні заходи відкладало покупки на майбутнє. Окрім того, в деяких сегментах (товари для дому чи електротехніка) ріст пов'язаний з переходом значної кількості працівників на віддалену роботу – їм довелося оновлювати техніку та вдосконалювати у свої робочі місця. Тому можемо зробити висновок про те, що це можливо через відкладений попит з боку населення, який у скорому часі може закінчитись.

#### Перелік використаних джерел

1. Коли економіка України заживе так, як було до коронавірусу: Економічне падіння, із якими через коронавірус стикнулися країни євразійського регіону й Україна зокрема,

виявилось крутішим, ніж оцінювали раніше. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-54361473> (дата звернення: 19.10.2020).

2. На скільки впала економіка країни в 2020 році: Чому в Україні росте споживання товарів, коли економіка падає. URL: [https://biz.censor.net/resonance/3217259/chomu\\_v\\_ukran\\_roste\\_spojivannya\\_tovarv\\_koli\\_ekonomka\\_pada](https://biz.censor.net/resonance/3217259/chomu_v_ukran_roste_spojivannya_tovarv_koli_ekonomka_pada) (дата звернення: 19. 10. 2020).

УДК 334.021

**Тарасюк Тетяна**  
студентка 2-го курсу УДФСУ  
Університет державної фіскальної служби України  
м. Ірпінь, Україна  
**Tetyana Tarasiuk**  
2nd year student of UDFSU  
University of the State Fiscal Service of Ukraine  
Irpin, Ukraine

## **ПРОБЛЕМА РОЗВИТКУ ТА ФІНАНСУВАННЯ ВІТЧИЗНЯНИХ МАШИНОБУДІНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

### **THE PROBLEM OF DEVELOPMENT AND FINANCING OF DOMESTIC MACHINE-BUILDING ENTERPRISES**

На даному етапі розвитку економіки машинобудівна галузь є невід'ємною частиною виробничого потенціалу та конкурентоспроможності України.

Не можна заперечувати той факт, що машинобудування є стратегічно орієнтованою на експорт галуззю, що є ключовим фактором ланцюг накопичення науково-технічних перетворень. Звичайно, рівень розвитку машинобудування є показником промислово-економічного рівня розвитку штатів. [1,с. 43]

В Україні цей багатогалузевий комплекс історично мав потужний та унікальний за своїми можливостями науково-технічний та виробничий потенціал, адже за період здобуття незалежності в 1991 р. частка машинобудівного комплексу нашої країни в загальному обсязі виробництва машинобудування країн СНД становила 22,6%, тобто Україна посіла друге місце серед країн СНД, поступаючись лише Росії. [1,с. 43]

Період становлення промисловості та машинобудування в незалежній Україні, коли відбувався процес ринкової трансформації економіки, характеризувався багатьма проблемами: гіперінфляція, значний спад виробництва, погіршення оновлення загального обсягу експорту, спостерігається надзвичайно низька рівень інноваційності. До 2000 р. відбулося зменшення кількості промислових підприємств, значне зниження рівня рентабельності їхньої продукції - на 7,5%, збільшення частки збиткових підприємств на 40% майже на 60-80% від вартості основних фондів. [1,с. 43]

Також слід відмітити ще одну негативну рису, притаманну машинобудівному комплексу країни – значне збільшення кількості збиткових підприємств, яке за січень 2009 р. досягло 51,8% від загальної кількості підприємств, що в порівнянні із 2008 р. збільшилась на 14,5%. Відповідно, кількість прибуткових підприємств зменшилась на 13,1%. [2, с.128]

На основі цього через проблемне існування машинобудівної галузі виникає недовиробництво в інших життєво-необхідних ланках господарства. Зокрема це:

- аграрна галузь (використання машинної техніки для вирощування овочевих, зернових та інших культур рослинності, основа доходу від збору урожаю припадає на використання інноваційних технологічних засобів);
- хімічна промисловість (виготовлення абсолютно всієї продукції припадає на обладнання-близько 90%);



– авіа- та кораблебудування;

У 2019 році в економіку України іноземні інвестори внесли \$2531,1 млн. прямих іноземних інвестицій (акціонерного капіталу). Про це інформує Державна служба статистики.

Якщо додати російські і українські капітали з Кіпру, Ліхтенштейну, Британських і Віргінських островів, то обсяг інвестицій буде більший, ніж вклали в українську економіку США. З 1992 року частка США в іноземних інвестиціях скоротилася з 20% до 16,4%, частка Німеччини — з 20% до 6,2%. Таким чином, частка західних країн в обсязі в економіку України має тенденцію до зниження, а частка офшорних зон — до збільшення.

Якщо кошти залучаються з багатьох країн, від багатьох інвесторів і розподіляються між багатьма секторами та регіонами, то їхня ефективність у сприянні запровадженню ринкових реформ та прискоренні економічного зростання буде особливо високою. Крім того, диверсифікація іноземних інвестицій захищає країну, дозволяє їй уникнути залежності від незначної групи інвесторів. [2, с.64]

Серйозну проблему для України складають не тільки малі обсяги іноземних інвестицій, але й їх галузева та регіональна структура. Глибокі диспропорції існують у розподілі інвестицій за галузями. Передусім інвесторів цікавлять підприємства, які за короткий час можуть забезпечити повернення вкладеного капіталу з отриманням найбільшого прибутку.

Для регіональної структури прямих іноземних інвестицій характерна суттєва диференціація. На п'ять найпривабливіших регіонів України припадає 82% всіх іноземних інвестицій, із них 44% — на Київ (багато експортерів переводять капітали у столицю, тому що тут краще відшкодовують ПДВ). На Донецьку область припадає 13%, Полтавську — 12%, Київську — 7%, Львівську — 6%.

В сучасних умовах очікувати великого припливу іноземного капіталу в Україну не доводиться, тому що інвестиційний клімат залишається несприятливим. Основними перешкодами для іноземних інвестицій в Україну є:

- нестабільне та надмірне державне регулювання;
- нечітка правова система;
- мінливість економічного середовища;
- корупція;
- великий податковий тягар;
- проблеми щодо встановлення чітких прав власності;
- низький рівень доходів громадян;
- труднощі в спілкуванні з урядом та приватизаційними органами;
- мінливість політичного середовища;
- відсутність матеріальної, інфраструктури;
- проблеми виходу на внутрішній та зовнішній ринки та інші.

Держава також визначає мінімальний обсяг інвестицій, для іноземних інвесторів, які бажають вкласти свої кошти в інвестиційні проекти, які реалізуються в спеціальних (вільних) економічних зонах. В Україні ця сума становить не менше 500 тис. дол. США.

- напрямок вкладання коштів — машинобудівна галузь України;

- мета вкладання коштів — метою іноземних інвестицій має бути створення нових робочих місць, впровадження новітніх технологій, розвиток зовнішньоекономічних зв'язків, збільшення обсягу високоякісних конкурентоспроможних на зовнішніх ринках товарів, створення сучасної виробничої, транспортної та ринкової інфраструктури;

- вимоги до виробництва — у процесі виробництва іноземний інвестор має: орієнтуватися на найбільш раціональне використання сировинної бази України; сприяти зниженню енергоспоживання на одиницю продукції; створювати екологічно безпечні умови для життєдіяльності населення. [3, с.70]

Постійний розвиток інвестиційних відносин зумовлює появу нових видів іноземних інвестицій. Проведені дослідження виявили, що вже існуючі класифікації іноземних інвестицій треба удосконалити, доповнивши їх певними ознаками, а саме: за об'єктами вкладення, за рівнем ризику іноземного інвестора, за періодом здійснення, за рівнем доходності, за формами власності іноземного інвестиційного капіталу, за видами діяльності у галузі та за формою здійснення, які раніше окремо не виділялись.

#### **Перелік використаних джерел**

- 1 Карачина Н.П. Композиційна модель розвитку машинобудування України // Економіка і держава. – 2010. - №1. – С.43-48.
- 2 Дончак Л.Г. Машинобудування в умовах глобальної кризи, особливості реформування економіки України в умовах глобальної економічної кризи. Збірник матеріалів Всеукраїнського науково-практичного семінару від 23 квітня 2009 р. – ВІЕ ТНЕУ, 2009. –с. 218-219
- 3 Сілін А.Р. Ринок, інвестиції та якість економіки // Економіст. – 2013.– С. 63 – 71.

УДК 336

**Шевчук Віталій**

студент групи ППм-51

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

м. Тернопіль, Україна

**Vitalii Shevchuk**

student of PPM-51 group

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

**Науковий керівник: Панухник Олена**

доктор економічних наук, професор

завідувачка кафедри економіки та фінансів

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

м. Тернопіль, Україна

**Scientific supervisor: Olena Panukhnyk**

Doctor of Sciences (Economics), Professor

Head of the Department of Economics and Finance

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

### **ФІНАНСОВІ РИЗИКИ В ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ FINANCIAL RISKS IN THE ACTIVITIES OF DOMESTIC ENTERPRISES**

Оскільки суть ризику зводиться до ймовірності настання або ненастання певної події, фінансові ризики мають свою особливість, адже характеризують ймовірність для суб'єкта господарювання зазнати збитки в результаті проведення операцій в підприємницькій, фінансово-кредитній, біржовій та у інших видах діяльності.

Очевидно, що фінансові ризики притаманні усім процесам економічно-фінансової природи, адже практично неможливо сформулювати виключно єдиний сценарій розгортання подій в підприємницькому секторі через його складноструктурованість та загальну багатоваріантність.

Фінансовий ризик – це невід'ємна складова будь-якої фінансової діяльності, яка являє собою неминучі фінансові відносини, що мають різні напрями прояву через виникнення об'єктивно наявної недостатності, неточності або надмірності економічної інформації щодо

здійснення певних подій або їхньої випадковості, та обчислюється на підставі оцінки ймовірності втрат унаслідок здійснення під час таких подій деякої господарської діяльності [1]. Слід розуміти, що фінансовий ризик є неодмінним «атрибутом» діяльності підприємницької структури та супроводжує підприємство протягом усього часу його функціонування – фінансові ризики, пов'язані із формуванням, для прикладу, базового оборотного капіталу, кредитні ризики при залученні позикових ресурсів, ризики недоотримання певних фінансових ресурсів на етапі виробництва чи збуту продукції.

Найбільш негативним проявом реалізації фінансових ризиків є настання ситуації втрати фінансової стійкості та наростання ймовірності банкрутства підприємства. Це є крайні негативні сценарії реалізації подій, які формують фінансові ризики, тому підприємство повинно постійно турбуватися про те, щоб у його системі менеджменту була присутня компонента або підсистема управління фінансовими ризиками.

Найбільш популярною системою класифікації ризиків є система на основі Generally Accepted Risk Principles (GARP), розроблена аудиторською групою Coopers & Lybrand, виокремлює шість груп ризику: ринкові, кредитні, ризики концентрації, ризики ліквідності, операційні ризики і ризики бізнес-події [2].

Окрім такої класифікації можна поділити усі фінансові ризики на постійно існуючі (систематичні) та епізодичні (несистематичні). Постійно існуючі необхідно враховувати для створення передумов для мінімізації ймовірності їх проявів, а завданням в процесах управління епізодичними фінансовими ризиками є їх максимальне нівелювання.

Можна запропонувати поділ усіх фінансових ризиків за такою класифікаційною ознакою як відношення до суб'єкту підприємництва. Тобто, існують зовнішні фінансові ризики, які формуються поза участю суб'єкта господарювання, та внутрішні які, власне, і продукуються ним.

Зовнішніми фінансовими ризиками в роботі підприємства можуть бути інфляційні, валютні ризики, які особливо сильно впливають на підприємства, які займаються зовнішньоекономічною діяльністю.

До найбільш помітних внутрішніх фінансових ризиків відносяться недосконалості налагодження внутрішніх бізнес-процесів, тобто їхня структура та конфігурація дає можливість існуванню різного роду фінансових ризиків (втрати ліквідності, фінансової стійкості, зниження прибутковості і т.д.).

До елементів, які формують механізм управління фінансовими ризиками, традиційно відносять правове, нормативне, інформаційне забезпечення, фінансові методи та важелі.

Правове та нормативне забезпечення механізму управління фінансовими ризиками передбачає існування та врахування як законодавчих актів різного рівня, які мають відношення до суб'єкта, так і внутрішніх нормативних та інструкційних документів. Достатність, достовірність, актуальність та повнота інформації, якою володіє підприємство, прямо впливає на його спроможність зменшувати можливі негативні прояви фінансових ризиків або й узагалі їх не допускати.

Фінансові методи передбачають вибудовування такої сукупності прийомів, які дозволяють аналітично обґрунтувати доцільність тих чи інших управлінських рішень.

Фінансові важелі є об'єктами, через які безпосередньо проходить процес управління фінансовими ризиками – ціна, прибуток, дохід, величина сплачених податків.

Отже, наявність фінансових ризиків є об'єктивною реальністю для усіх підприємницьких структур, проте, мінімізація негативних проявів реалізації цих ризиків цілком корегується самою системою управління підприємства.

#### **Перелік використаних джерел**

1. Таран О.В. Сучасні питання проблематики ризиків фінансової сфери діяльності підприємств: теоретичні узагальнення та прикладний аналіз. Харків: Константа. 2004. 108 с.
2. Біла О.Г. Валютний ризик торгівельного підприємства. Фінанси України. 2003. № 10. С. 88-90

## **СЕКЦІЯ 4**

# **СУЧАСНИЙ РОЗВИТОК ФІНАНСОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ: МОЖЛИВОСТІ, ВИКЛИКИ, ЗАГРОЗИ**

УДК 336:352

**Подвірна Тетяна**  
кандидат економічних наук  
старший викладач кафедри економіки та фінансів  
Тернопільський національний університет імені Івана Пулюя  
Тернопіль, Україна  
**Tetiana Podvirna**  
PhD in Economics  
Senior Lecturer of of Economics and Finance  
Ternopil Ivan Puluj National Technical University  
Ternopil, Ukraine

### **ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ МІСЦЕВОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ**

### **FINANCIAL RESOURCES OF LOCAL ECONOMIC DEVELOPMENT**

Питання місцевого економічного розвитку набувають все більшого значення завдяки бюджетній децентралізації та реформі місцевого самоврядування, органи місцевого самоврядування отримують все більше коштів та більше повноважень ними розпоряджатися.

Місцевий економічний розвиток – це процес, у якому «місцева» влада або певний орган влади, установа чи організація від імені місцевої влади бере на себе завдання поліпшення спроможності громади (здебільшого поселення, селища, містечка чи міста) забезпечувати економічний прогрес і в кількісний, і в якісний спосіб. Місцевий економічний розвиток означає процес, у якому місцеві органи влади беруть на себе зобов'язання поліпшити економічний добробут та якість життя [1].

Місцевий економічний розвиток є результатом вдалого використання внутрішніх і зовнішніх ресурсів. Аналіз ресурсної бази допомагає ідентифікувати можливості для реалізації ініціатив місцевого економічного розвитку, визначати та прогнозувати майбутні тенденції й проблеми для реалізації планів місцевого економічного розвитку, а також обирати відповідні управлінські рішення.

Ресурсна база місцевого економічного розвитку - це сукупність усіх видів ресурсів, які можна використати у процесі місцевого економічного розвитку. Для належного використання ресурсної бази потрібно знати їхні обсяг, структуру, динаміку, джерела надходження тощо, тобто сформуванню ресурсну карту місцевого економічного розвитку.

Для забезпечення реалізації проєктів у сфері місцевого економічного розвитку місцеві органи влади можуть використовувати різноманітні механізми фінансування.

Фінансові ресурси є лиш одним зі найголовніших складників ресурсної бази місцевого економічного розвитку. У межах розглянутої концепції імовірними джерелами фінансових ресурсів є ресурси всіх економічних агентів, які можна спрямувати на забезпечення економічних потреб території. Такі фінансові ресурси класифікують за різними критеріями.

За економічним змістом фінансові ресурси місцевого економічного розвитку найчастіше бувають у формі надання коштів. Набагато рідше йдеться про надання майна чи майнових прав або ж спільну діяльність місцевих органів влади та суб'єктів господарювання, зокрема приватних.

За джерелами залучення коштів механізми фінансування місцевого економічного розвитку поділяють на бюджетні, інвестиційні, кредитні та грантові.

*Бюджетні ресурси* - це кошти бюджетів міст і бюджетів вищих рівнів, що спрямовані на фінансування потреб місцевого економічного розвитку і не зумовлюють боргових зобов'язань. Бюджетні ресурси можуть формуватись як за кошти внутрішніх джерел громади міста, так і за кошти зовнішніх джерел. Прикладами бюджетних ресурсів внутрішнього походження є надходження від податків і зборів, продажу й оренди об'єктів комунальної власності. Ці фінансові ресурси можуть мати і відновлюваний, і невідновлюваний характер.

Наприклад, надходження від оренди землі або нерухомості, які перебувають у комунальній власності, мають відновлюваний характер, оскільки не приводять до зміни права власності на актив і місто може отримувати їх регулярно. Натомість кошти від продажу землі або нерухомості є невідновлюваними, а отже несталими. Одержуючи такі надходження, орган місцевого самоврядування влада зазвичай істотно поповнює бюджет, але втрачає право власності на актив і можливість надалі отримувати від нього дохід.

Поширеною практикою є використання певних видів внутрішніх бюджетних надходжень для фінансування окремих ініціатив у межах місцевого економічного розвитку. Приклад такого підходу - використання доходів від здавання в оренду комунального майна для фінансування програм із підтримки підприємництва.

Зовнішніми бюджетними ресурсами є бюджети вищих рівнів. Зокрема, бюджетними надходженнями зовнішнього характеру можуть бути цільові субвенції з державного (включно з державним фондом регіонального розвитку) чи обласного бюджетів, як-от у разі виконання державних або регіональних цільових програм, інвестиційних проєктів (програм), а також угод регіонального розвитку.

*Інвестиційні фінансові ресурси* місцевого економічного розвитку охоплюють ресурси, залучені до місцевої економіки заради створення нових активів. Особливістю інвестицій як фінансового ресурсу місцевого економічного розвитку є те, що вони спрямовані на реалізацію певного проєкту безпосередньо, а не через місцевий бюджет. Інвестиційні ресурси можуть перебувати як у приватній власності, так і повністю або частково в комунальній.

Для фінансування місцевого економічного розвитку місцеві органи влади також можуть залучати *кредитні ресурси*, беручи на себе відповідні боргові зобов'язання на умовах строковості, платності та поворотності. Водночас кредитні кошти можуть залучати: безпосередньо муніципалітети (залучені кошти спрямовують до бюджету органу місцевого самоврядування й розподіляють у межах його видатків), комунальні підприємства (самостійно отримують фінансові ресурси, розпоряджаються ними, здійснюють обслуговування та погашення боргу) або приватні суб'єкти господарювання (муніципалітет може надавати гарантії за кредитами).

Окремим видом фінансових ресурсів МЕР є *грантові кошти*. Ідеться про ресурси, надані для фінансування потреб місцевого економічного розвитку у вигляді міжнародної технічної допомоги, грантів міжнародних донорських організацій, благодійних внесків і добровільних пожертв[2].

Грант – це грошові кошти у національній чи іноземній валюті, які виділяються донором на безповоротній основі, для забезпечення виконання завдань проєктів (програм). Зважаючи на вкорінений стереотип, що грантодавцями виступають лише міжнародні фонди, важливо підкреслити, що проєкти, фінансовані з бюджетів, - це теж грантові програми, які за своєю суттю нічим не відрізняються від грантових програм міжнародних фондів.

Грантові програми передбачають виконання проєктів на основі договору з відповідним грантодавцем (донором). Фінансування грантових програм може здійснюватись з різних джерел - місцевих або обласних бюджетів, державного бюджету, благодійних фондів, програм міжнародної технічної допомоги, програм соціальної відповідальності компаній

Зазвичай грантові кошти становлять невелику частку фінансування потреб міст в економічно розвинутих країнах. Натомість в Україні, де доступ до інших фінансових ресурсів є вкрай обмеженим, саме грантові кошти часто мають вирішальне значення для фінансування різноманітних проєктів у сфері місцевого економічного розвитку.

Досить довго для місцевих громад доступними із зовнішніх джерел були хіба що трансферти з державного бюджету. Однак тепер місцеві органи влади дедалі частіше одержують доступ до інших зовнішніх ресурсів. Передусім ідеться про інвестиційну та інноваційну діяльність, упровадження державних цільових програм тощо. Так, лише коштом внутрішніх джерел фінансування розв'язати всі проблеми, яких у деяких містах накопичилося чимало, неможливо, тому дедалі більше міст виходять на ринки запозичень, залучають інвестиції та інші ресурси ззовні.

### **Перелік використаних джерел**

1. Посібник з основ теорії і практики МЕР «Місцевий економічний розвиток – шлях до процвітання громади» підготувало ТОВ «Локхейвен Менеджмент Консалтантс» (Lochaven Management Consultants Ltd.) на замовлення Проєкту міжнародної технічної допомоги «Місцевий економічний розвиток міст України». URL:[http://www.mled.org.ua/media/docs/LED\\_Guide\\_2014\\_UKR.pdf](http://www.mled.org.ua/media/docs/LED_Guide_2014_UKR.pdf)

2. Практичний посібник «Місцевий економічний розвиток: моделі, ресурси та інструменти фінансування» підготовлено Центром громадської експертизи на замовлення проєкту міжнародної технічної допомоги «Партнерство для розвитку міст» (Проєкт ПРОМІС), який упроваджує Федерація канадських муніципалітетів (ФКМ) за фінансової підтримки Міністерства міжнародних справ Канади. URL:[https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/601/PLEDDG\\_LED\\_Finance\\_Guide\\_Part\\_1.pdf](https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/601/PLEDDG_LED_Finance_Guide_Part_1.pdf)

УДК 330.3

**Тимошик Наталія**

кандидат економічних наук, доцент  
доцент кафедри економіки та фінансів

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
м.Тернопіль, Україна

**Nataliia Tymoshyk**

PhD (Economics) Docent

Associate Professor at the Department of Economics and Finance Department  
Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

## **ОСНОВНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА BASIC PRINCIPLES OF FINANCIAL RISK MANAGEMENT OF THE ENTERPRISE**

В сучасних умовах підприємства щоразу стикаються з великою кількістю різних ризикових ситуацій і, відповідно, з невизначеністю. В зв'язку з цим існує необхідність у розкритті суті поняття «фінансові ризики» та визначенні тих чинників, які можуть спричинити до непередбачуваних негативних наслідків. Дослідження питання сутності фінансових ризиків та обґрунтування чинників для підприємства є актуальним.

Теоретичні та практичні основи фінансових ризиків суб'єктів господарювання обґрунтовували такі вітчизняні вчені: І. Бланк, О.Є.Кузьмін, Л.В. Наливайко, А.В.Свідерська, Ю.С. Скакальський, О.Л. Устенко, О.І. Ястремський та ін. Їхній науковий внесок здійснений у розкритті сутності ризику, тлумаченні поняття «фінансовий ризик» тощо.

Фінансові ризики – це, з однієї сторони, небезпека можливої втрати певних ресурсів або їх недоотримання; з іншої, це ймовірність одержання додаткового доходу, пов'язаного з існуючим ризиком [1].

Зростання впливу фінансових ризиків у процесі діяльності суб'єктів господарювання зумовлене зміною кон'юнктури ринку, економічної ситуації у державі, появою передових фінансових інструментів та технологій, розширенням різного характеру фінансових ділових відносин [2].

Як складна економічна категорія фінансовий ризик характеризує імовірність появи:

- простого ризику;
- складного ризику;
- зовнішнього або систематичного ризику;
- внутрішнього або непостійного ризику;
- економічних втрат;
- упущеної вигоди;
- втрати основних і додаткових доходів;
- як економічних втрат, так і додаткових доходів;
- інших непередбачуваних втрат.

При цьому прослідковується тісний зв'язок ризику ймовірності та невизначеності.

Чинники ризику – це різного характеру причини, що спричиняють до виникнення та прояву певних видів ризику[3].

У структурі ризику слід виділити зовнішні та внутрішні чинники [4]. Зовнішні – невіддільні підприємству і зумовлені ринковими та загальноекономічними факторами. Їх потрібно враховувати при виробленні стратегічних і тактичних цілей та цільових програм розвитку, але самостійно не можна нічого змінювати.

Сюди відносяться такі чинники:

- циклічність економіки (підняття, спад);
- зниження обсягів виробництва у державі;
- непередбачувані зміни кон'юнктури фінансового ринку;
- зміна умов інвестування на макрорівні;
- складність політико-правових умов;
- недосконалість податкового законодавства;
- зниження реальних доходів юридичних та фізичних осіб;
- зниження платіжного обороту;
- ріст інфляційних процесів та ін.

Внутрішні чинники виникнення ризику зумовлені специфікою та видами діяльності підприємства. В зв'язку з цим, всі внутрішні чинники доцільно розділити на:

- загальні, які пов'язані з інвестиційною, операційною та фінансовою діяльністю; з інноваційним, виробничим, інвестиційним транспортним, кадровим потенціалом; неефективною структурою активів і капіталу тощо;
- специфічні - обумовлені територіальними, галузевими особливостями діяльності підприємства, помилковістю при ухваленні рішень, непередбачуваними обставинами, економічними злочинами, порушеннями тощо).

Загалом інформація, яка використовується в процесі управлінні фінансовими ризиками, є рішенням, при допомозі яких суб'єкт управління (менеджер із ризику) здійснює вплив на об'єкти управління (ризик). Прийняте керівництвом рішення в обов'язковому порядку повинне бути доведене до осіб, що безпосередньо впливають на конкретні об'єкти управління.

Водночас інформація знизу повинна надходити до вищих рівнів управління з метою негайного коригування прийнятих управлінських рішень.

Доцільно проводити аналіз фінансових ризиків такими етапами:

- виявлення ступеня дії внутрішніх та зовнішніх чинників, які спричиняють до зменшення або збільшення величини ризику;

- обґрунтування впливу виявлених чинників;
- визначення допустимої величини ризику;
- проведення оцінки ступеня ризику з позицій економічної та фінансової доцільності, їх розрахунок;
- визначення альтернативних варіантів;
- ухвалення рішень з врахуванням допустимої величини ризику;
- коригування рішень і розробка заходів зі зниження величини ризику.

Існують поняття якісного і кількісного аналізу ризику. Якісний аналіз більш складний і вимагає базових спеціальних знань, інтуїції та досвіду щодо економічних категорій. Він передбачає визначення чинників ризику, їх характеру, сфери ризику з метою їх ідентифікації. В свою чергу кількісний аналіз в своїй основі містить кількісне визначення величини впливу ризиків на певний період і, в кінцевому підсумку, дозволяє встановити ступінь ризикованості задуму.

Ризик у діяльності вимагає посиленої уваги менеджера при ухваленні управлінського рішення, оскільки будь-яке рішення пов'язане з реалізацією того чи іншого завдання є ризиковим.

Таким чином, причинами виникнення ризику є непередбачувані суперечності та зміни у зовнішньому та внутрішньому середовищі діяльності підприємства, які при певних обставинах здатні здійснювати значний дестабілізуючий вплив на існуючий об'єкт ризику. При цьому можна стверджувати, що у світі фінансових ринків та продуктів тільки підприємства, які в силі контролювати і ефективно управляти своїми ризиками, здатні досягти успіху. Основним важелем мінімізації фінансових ризиків у діяльності підприємств повинні стати вироблення та впровадження конкретної та ефективної системи управління ризиками за умови врахування всіх особливостей даного підприємства.

#### **Перелік використаних джерел**

1. Бланк И. А. Управление финансовыми рисками / И. А. Бланк. К.: Ника-Центр, 2005. 600 с.
2. Кузьмін О. Є. Ризики та організаційне забезпечення процесу інтелектуалізації систем менеджменту підприємств / О. Є. Кузьмін, Й. С. Ситник // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент. 2017. Вип. 23(1). С. 81-85. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu\\_eim\\_2017\\_23\(1\)\\_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2017_23(1)_20).
3. Наливайко Л.В. // Економічний аналіз : зб. наук. праць / редкол.: В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. Т. 23. № 2. Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2016. С. 126–130.
4. Свідерська А.В. Управління ризиками зовнішньоекономічної діяльності підприємства: дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.04; Хмельниц. нац. ун-т. Хмельницький, 2016. 290 с.
5. Скакальський Ю.С. Контролінг фінансових ризиків підприємств: дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.08; Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана. Київ, 2016. 231 с.



## СЕКЦІЯ 5 ІННОВАЦІЇ У ГЛОБАЛЬНІЙ БІРЖОВІЙ СФЕРІ ТА БАНКІВСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

УДК 336.7

**Колінець Леся**

д.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки  
Тернопільський національний економічний університет  
м.Тернопіль, Україна

**Радинський Сергій**

кандидат економічних наук,  
доцент кафедри економіки та фінансів  
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
м.Тернопіль, Україна

**Kolinets Lesya**

Doctor of Economics

Professor of the International Economic Department  
Ternopil National Economic University

Ternopil, Ukraine

**Radynskiy Serghiy**

PhD (Economics)

Associate Professor of Economics and Finance Department  
Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

### **НЕОБАНКИ – НОВА МОДЕЛЬ ОРГАНІЗАЦІЇ БАНКУ NEOBANKS – A NEW MODEL OF THE BANK'S ORGANIZATION**

Розвиток новітніх Інтернет-технологій має безпосередній вплив на економічні процеси в національній та світовій економіках, особливо це відчувається у розвитку фінансового ринку. Сучасна ера Fintech-інструментів забезпечує формування та розвиток нових різновидів фінансових продуктів та послуг. Одним із яскравих прикладів розвитку нових бізнес-моделей на ринку є поява необанків (нових, молодих банківських установ), тобто банків, котрі функціонують в режимі он-лайн і не прив'язані до окремо взятого місця або до традиційних банківських відділень. Зазначені різновиди суб'єктів банківського ринку успішно реалізують широке коло операції пов'язаних із обслуговуванням клієнтів (розрахункове обслуговування, відкриття рахунків у національній та зарубіжній валюті, надання послуг кредитування та відкриття депозитних рахунків, забезпечення отримання грошових переказів, страхування та здійснення біржових операцій).

Під поняттям необанк або онлайн-банк розуміють банківську установу, котра не має сформованих традиційних банківських відділень та надає послуги через Інтернет або спеціальні мобільні додатки. Зручність використання таких банківських установ передбачає швидкість здійснення банківських операцій, відносно незначні комісійні за отримані послуги, наявність різноманітних програм лояльності та бонусів за користування банківськими продуктами. Зазначене робить дані банки достатньо конкурентними, і саме вони, в перспективі, мають стати заміною традиційним банківським установам, з часом витіснивши їх із фінансового ринку.

Досліджуючи історичний контекст формування даного різновиду банків, необхідно відмітити, що перший необанк розпочав роботу у Великобританії у 2015 році, отримавши ліцензію від банку Англії. Банк Атом (англ. Atom Bank) – перший банк, який працює лише через мобільні програми, та має ліцензію на надання таких послуг. Мета функціонування

даного банку – «щоб клієнти могли мати власний банк в кишені в той самий момент, коли він їм потрібен». Для того, щоб стати клієнтом цього банку, необхідно було скачати мобільну програму, зареєструватися, вибрати тип рахунку, сфотографувати через програму документи, що посвідчують особу та заповнити анкету. Банк Атом сьогодні надає широке коло банківських послуг як грошові перекази, операції по рахунку та здійснення платежів, кредитування, відкриття депозитів та інше [1].

В подальшому розвиток небанків спостерігався і в інших розвинутих країнах світу, зокрема у Німеччині успішно функціонують ряд банків створених у форматі небанку, найбільші серед них - Number26 та Fidor Bank. Основними банківськими операціями, що реалізують зазначені банки є розрахункове обслуговування поточних та карткових рахунків, грошові перекази, реалізація мікрокредитування, страхування та біржові операції тощо.

В Україні формально сьогодні не існує небанків, водночас в окремих дослідженнях прикладом небанку в Україні наводять «Монобанк». На його офіційному сайті зазначено, що він є роздрібним продуктом АТ «Універсал Банк», який є результатом співпраці з групою «Fintech Band» та працює на мобільних пристроях. Набір банківських послуг, що пропонуються в цьому додатку, є досить широким та включає безкоштовні грошові перекази, оплату комунальних послуг, контроль за власними фінансовими операціями, а також можливість доступу до служби підтримки з використанням популярних месенджерів, таких як «Viber», «Telegram», та соціальної мережі «Facebook», що є досить зручним [2].

Поряд із значними перевагами використання зазначеної моделі організації суб'єктів банківського сектору існують і значні недоліки пов'язані, перш за все, із довірою до зазначених суб'єктів, оскільки відсутність фізичного доступу до даного банку формує у клієнтів недовіру до такого виду банківських установ. Для успішного розвитку сьогодні, небанки повинні мати чітко сплановану маркетингову стратегію націлену на кінцевого, надзвичайно вибагливого споживача, прихильність якого можливо завоювати через значний асортимент банківських послуг, високу якість обслуговування та привабливо цінову політику даного банку.

Для розвитку небанків, в нашій країні, перш за все, необхідно сформувати законодавче та економічне поле для активного входження зазначених банківських установ. На жаль, слід констатувати, що на сьогодні, вітчизняний банківський ринок ще повністю не готовий до входження таких структур у банківську систему, відповідно важливо забезпечити економічний розвиток сучасної банківської системи, формувати фінансову зрілість та грамотність споживачів нових банківських послуг в нашій країні, а також забезпечувати розвиток банківської інфраструктури для надання широкої гами якісних банківських послуг.

#### **Перелік використаних джерел**

1. Банк Атом [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.atombank.co.uk/>
2. Благун І.І. Небанки як нова бізнес-модель фінансового посередництва. Причорноморські економічні студії. 2019. Вип. 45. С. 134-139.

**Химич Ірина**  
кандидат економічних наук  
доцент кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг  
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,  
м. Тернопіль, Україна  
**Iryna Khymych**  
PhD (Economics)  
Associate Professor of Innovation Activity and Services Management  
Ternopil Ivan Puluj National Technical University  
Ternopil, Ukraine

## ДІАМАНТИ ЯК ІНВЕСТИЦІЙНІ РЕСУРСИ DIAMONDS AS INVESTMENT RESOURCES

*Алмаз (від давньогр. «адамас» – незламний)*

Чи існують стійкі інвестиційні ресурси? Відповідь на це запитання, однозначно – так. До таких інвестицій варто віднести природні мінерали – алмази або вже оброблені з них коштовні камені – діаманти. Ці коштовності є не тільки вічними, але й досить надійними інвестиційними ресурсами, які захищають їх власників від банківських та інших фінансово-економічних ризиків, а також від зміни коливань як валютних, так і інфляційного курсів. На даний час алмази розглядаються не тільки як надійні антикризові вкладення, адже, макроекономічні тенденції розвитку попиту та пропозиції відображають структурні збільшення цін на ці камені на світовому ринку. На рис. 1 представлено п'ять основних причин [1] того, як інвестування в алмази може значно укріпити власний інвестиційний портфель.

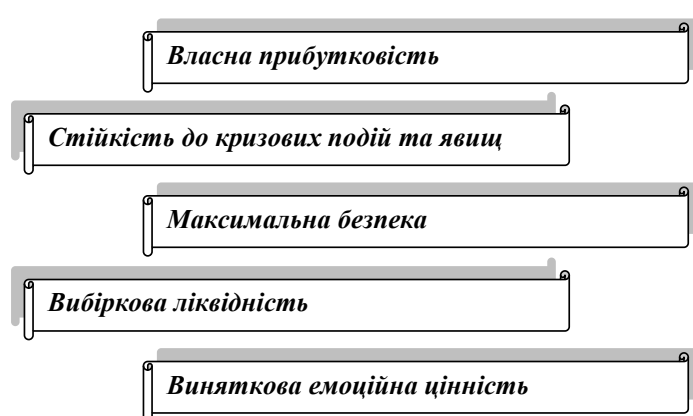


Рис. 1. Основні причини необхідності інвестування в алмази

Варто зауважити, що алмазам характерне постійне зростання їхньої вартості. Згідно представлених досліджень фахівцями цієї сфери виявлено, що в майбутньому відбудеться подальший ріст цін на алмази, що пояснюється сприятливим розвитком співвідношення попиту та пропозиції: збільшення попиту та скорочення пропозиції.

Також, на зростання вартості алмазів впливають і інші чинники, а саме:

1. Збільшення попиту на ці мінерали в країнах БРІК (Бразилія, Росія, Індія, Китай). Зокрема, швидке зростання чисельності середнього класу, що відбувається в Китаї та Індії, який прагне швидко освоїти усі звички вищого класу, здійснює прямий вплив на подорожчання алмазів на світовому ринку.

2. Зменшення пропозиції через скорочення сировинних ресурсів та зменшення обсягу видобутку. Іншими словами, навіть без скорочення обсягу видобутку, чого насправді не спостерігається, ціни на алмази все одно будуть зростати.

3. Крім цього, час не має впливу на зміну алмазів, а тому вони прості в зберіганні. Зазвичай вік алмазу становить близько 2 млн. років і, за відсутності дефектів, що можуть впливати на зниження його ціни, це пояснює високу вартість даних каменів у довгостроковій перспективі. Більш того, прибуток від продажу алмазів, в основному, не оподатковується, якщо продавець не є активним учасником на цьому ринку.

Чи справді алмази є кризостійким інвестиційним ресурсом? З наведених історико-економічних даних відомо, що алмази теж сприйнятливі до цінових коливань, проте, не так сильно як інші ресурси. Так, з вересня 2008 р. до жовтня 2009 р, коли після краху Lehman Brothers відбулася одна із найбільших фінансово-банківських криз в історії, ціна на алмази впала в середньому на 16,5 %. В той час як золото подешевшало більш, ніж на 21 %, платина – приблизно на 59 %, S&P 500 – на 52 %, Шанхайська фондова біржа впала більш, ніж на 69 %. Звичайно, ніщо не встояло в цій кризі, проте, алмази постраждали найменш за все. Стійкість цін на алмази відзначалася і раніше, наприклад, в кінці 90-х років та під час біржового краху 1987 р.

Безпека алмазів відображається, перш за все, в їх сертифікації. Кожен алмаз, як окремий та унікальний предмет, можна перевірити та ідентифікувати, що якраз і гарантує його власнику забезпечення максимальної безпеки. Алмаз – це одна із небагатьох природних речовин, яка не втрачає свою власну вартість. Адже, алмази не схильні до руйнування, про що свідчить їх давньогрецька назва «адамас» – незламний. Ця характерна їх особливість відзначена в слогані компанії De Beers «Алмази – назавжди».

Незважаючи на відсутність публічних торгів, ліквідність діамантів все ж залишається досить високою. Крім цього, їхня ліквідність може сильно варіюватися в залежності від сегменту ринку. В цілому розрізняють дві категорії діамантів щодо ринкових сегментів:

- 1) діаманти комерційного класу;
- 2) дуже рідкісні діаманти.

Діаманти комерційного класу – це діаманти, на які, не дивлячись на їх рідкісність, попит широко поширений. Найбільш затребуваними для інвестиційних цілей на цьому сегменті є діамантами безбарвні, високоякісні, круглі, розміром від 1 до 3 карата, мінімум G кольору та VS2 чистоти.

Дуже рідкісні діаманти – це діаманти, що володіють унікальними характеристиками, за якими їх можна продавати тільки на ринку невеликого колекціонера, де ціноутворення в основному обумовлено на чистій спекуляції. Цей сегмент містить дуже великі камені, інтенсивно забарвлені або виключно добре вирізані з фантазійними формами. Перепродаж такого типу діаманту відбувається часто через аукціонні будинки, є дуже складною процедурою та потребує експертного керівництва. Проте, ці діаманти значно збільшилися у вартості за останні роки, після чого багато інвесторів переключили свою увагу, наприклад, на кольорові діаманти.

Цінність алмазів, як предмету, в який вкладаються кошти, залежить не тільки від раціональності та практичності. Не слід недооцінювати і їхню емоційну привабливість – в багатьох випадках її просто не можливо висловити в грошовій сумі. Інвестування в алмази подібне до інвестування у виняткову природну красу. Незважаючи на невелику вагу, вони мають величезну цінність. Крім цього, діаманти можна носити в ювелірних виробках. Отримані в подарунок або передані в спадок діаманти мають високу емоційну цінність для їх власників.

Отже, інвестування в алмази є досить прибутковим. В цілому, ціни на алмази мають тенденцію до зростання. Це подорожчання сформувалося існуючим збільшенням попиту та скороченням пропозиції. Крім того, це безпечне вкладення. Також, поряд з такими перевагами алмазів, як висока ліквідність та можливість неоподаткування, вони володіють безцінним емоційним впливом. Жоден інший об'єкт інвестування не має такого унікального поєднання власних переваг [1].

Крім цього, вартим уваги є представлення, на основі статистичних даних поданих Kimberley Process [2], основних результатів щодо найбільших об'ємів експорту та імпорту алмазів за 2019 р. в розрізі країн світу.

Таблиця 1

Експорт та імпорт алмазів протягом 2019 року [2]

Назва країни	Об'єм, шт.	Вартість, дол. США	дол. США/шт.
<b>Експорт</b>			
Ангола	8534632,52	1214791162,89	142,34
Австралія	9898060,26	128086356,83	12,94
Ботсвана	28551412,83	3526900636,82	123,53
Канада	18682347,29	1730921157,28	92,65
Китай	9175657,55	1135474204,37	123,75
Конго	13671937,91	160522094,00	11,74
ЄС	105566760,46	9197464195,36	87,12
Індія	28925665,12	1678328897,34	58,02
Ізраїль	6368960,11	1903275360,74	298,84
Ліван	1538793,35	173189435,30	112,55
Лесото	1306577,63	287035061,96	219,68
Намібія	1953987,17	952364380,21	487,40
РФ	39211257,22	3504181389,71	89,37
Сінгапур	2377962,20	680018384,32	285,97
Південна Африка	7928382,39	1138997768,02	143,66
Швейцарія	1719048,90	601689378,43	350,01
ОАЕ	79173812,50	7682022606,96	97,03
Зімбабве	4192987,07	124961272,66	29,80
<b>Імпорт</b>			
Ботсвана	8019139,75	1423462025,66	177,51
Китай	10717248,83	1502178308,41	140,16
ЄС	101215044,10	8697524265,33	85,93
Індія	158626843,66	14084505989,82	88,79
Ізраїль	9333500,06	2202391575,89	235,97
Ліван	1571740,31	175042065,11	111,37
РФ	1049180,63	298033210,19	284,06
Сінгапур	2530917,83	680545397,24	268,89
Швейцарія	1766681,48	563772874,16	319,11
ОАЕ	76521454,76	5999377117,77	78,40
США	2161376,63	336531495,54	155,70

Відповідно до структурних даних [2], протягом 2019 р. найбільшу частку у виробництві алмазів в грошовій формі займає РФ – 30 %; 25 % належить Ботсвані; 13 % – Канаді; 9 % – Анголі; 8 % – Намібії; 13 % – іншим країнам.

Варто відмітити, що виробництво алмазів за 2019 р. [2] в сукупності в грошовій формі склало 13574417964, 86 дол. США; за 2018 р. – 14465922106,88 дол. США; за 2017 р. – 14124512315,09 дол. США.

Що стосується структури експорту алмазів в грошовій формі протягом 2019 р. [2], то тут присутнє наступне їх співвідношення: ЄС – 25 %; ОАЕ – 21 %; Ботсвана – 10 %; РФ – 9 %; Ізраїль – 5 %; інші країни – 30 %.

Структура імпорту алмазів в грошовій формі за 2019 р. [2] така: Індія – 38 %; ЄС – 23 %; ОАЕ – 16 %; Ізраїль – 6 %; Китай – 4 %; інші країни – 13 %.

Згідно дослідження статистичних даних джерела [2], загальна вартість експорту алмазів за 2019 р. у світі складала 36663965685,40 дол. США, імпорту – 37258430094,66 дол. США.

Протягом 2018 р. світовий експорт алмазів становив 50035216908,82 дол. США, імпорт – 48683953594,21 дол. США. За 2017 р. експорт алмазів в загальному підсумку дорівнював 50101104553,63 дол. США, імпорт – 49862630774,79 дол. США.

#### **Перелік використаних джерел**

1. Выгодны ли инвестиции в алмазы? URL: <https://www.baunatdiamonds.com/ru/diversify-to-invest-smartly/is-diamond-a-good-investment>.
2. Kimberley Process Rough Diamond Statistics. PUBLIC STATISTICS AREA: веб-сайт. URL: [https://kimberleyprocessstatistics.org/public\\_statistics](https://kimberleyprocessstatistics.org/public_statistics).

## СЕКЦІЯ 6

# СТРАХОВИЙ РИНОК УКРАЇНИ – КАТАЛІЗАТОР ЧИ СТРИМУВАЧ ПРОГРЕСИВНИХ ЗМІН У ВІТЧИЗНЯНІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ СИСТЕМІ?

УДК 368

**Гой Віта**  
студентка групи ПФ-31  
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
м. Тернопіль, Україна

**Науковий керівник: Химич Ірина**  
кандидат економічних наук  
доцент кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг  
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,  
м. Тернопіль, Україна

**Vita Hoi**  
student of group PF-31  
Ternopil Ivan Puluj National Technical University  
Ternopil, Ukraine

**Scientific supervisor: Khymych Iryna**  
PhD (Economics)  
Associate Professor of Innovation Activity and Services Management  
Ternopil Ivan Puluj National Technical University  
Ternopil, Ukraine

### ШАХРАЙСТВО В АВТОСТРАХУВАННІ FRAUD IN CAR INSURANCE

Страховий ринок є важливою складовою економіки кожної розвиненої країни. Страхування забезпечує зв'язок між страховиками та страхувальниками з приводу надання страхових гарантій суб'єктам підприємництва та населенню. Також страховий ринок формує значні фінансові ресурси, які надалі використовують для інвестування. Однією з причин гальмування розвитку ринку страхових послуг, зокрема і автострахування, є страхове шахрайство.

В Кримінальному кодексі України (стаття 190) зазначене таке визначення поняття «шахрайство»: це заволодіння чужим майном або придбання права на майно шляхом обману чи зловживання довірою [1].

Страхове шахрайство є особливим видом шахрайства. Це протиправна поведінка суб'єктів договору страхування, яка дозволяє їм незаконно заволодіти коштами та майном. Такі протиправні дії спричиняють збитки іншій стороні.

Найбільш ризиковою до шахрайства сферою є автострахування (62% випадків страхового шахрайства) [2]. Саме тому ця тема потребує особливої уваги.

Причинами шахрайства в автострахуванні є недосконалість нормативно-правової бази; простота обману; спрощена процедура і терміни одержання виплат з ОСЦПВ; обов'язковість і поширеність «автоцивілок», відсутність єдиних централізованих баз даних; економічна вигода для страхувальників.

Одним із найпопулярніших способів страхового шахрайства є інсценування викрадення автомобіля. Злочинці отримують значну суму від страхової компанії по страховці, а автомобіль реалізують за кордоном, змінюючи при цьому номер кузова. Схожими схемами є інсценування підпалу і фіктивна ДТП.

Досить часто при ДТП страхувальники вносять пошкодження, які були нанесені до ДТП. Також страхувальник може свідомо завдати шкоди автомобілю і повідомляє страхову компанію про ДТП. Поширеною є схема подвійної виплати компенсації: з винуватця ДТП і страхової компанії. У цьому випадку потерпілий страхувальник отримує від винуватця ДТП відшкодування за завдані збитки, при цьому бере в поліції довідку про те, що постраждав від «невідомого», і отримує страхову виплату від страховика. Також деякі страхувальники страхують свій автомобіль в декількох страхових компаніях.

Шахрайством можуть займатися не тільки страхувальники, а й страховики. Наприклад, поширеною є схема розповсюдження фальшивих полісів у сфері міжнародного автострашування «Зелена картка».

Працівники страхових компаній мають спеціальний тест для визначення чи має місце шахрайство. До ознак, наприклад, відносять нанесення важких матеріальних пошкоджень автомобілю потерпілого, хоча обставини події повинні його виключати (наприклад, на паркуванні), знайомство учасників ДТП між собою та інші ознаки. Бали підраховуються і по шкалі визначають чи було шахрайство.

В Україні в законодавстві немає окремої правової норми, яка б стосувалася страхового шахрайства. Наприклад, у Німецькому кримінальному кодексі міститься ст. 265 «Зловживання при страхуванні». У вказаній нормі передбачена кримінальна відповідальність за пошкодження, завдання шкоди щодо придатності, приховання чи передачу третій особі з метою отримати вигоду зі страхування для себе чи третьої особи щодо речі, яка застрахована від загибелі, пошкодження, завдання шкоди її придатності, втрати чи крадіжки [3, с. 214].

Отже, страхове шахрайство завдає значних збитків страховикам. Для зменшення кількості випадків шахрайства необхідно удосконалити нормативно-правову базу, а також перейняти досвід зарубіжних країн в сфері протидії шахрайству в автострашуванні.

#### **Перелік використаних джерел**

1. Кримінальний кодекс України від 5 квіт. 2001 р.
2. Добрик Л.О. «Виявлення і розкриття шахрайських схем у сфері страхування як невід'ємний елемент забезпечення економічної безпеки». Ефективна економіка № 4, 2016. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4900>.
3. Мазепа С. О. Шахрайство в автострашуванні. URL: <http://elar.naiu.kiev.ua/jspui/handle/123456789/9448>



**Шпільчак Ольга**

студентка спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування  
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу  
м.Івано-Франківськ, Україна

**Ромашко Олександра**

кандидат економічних наук  
доцент кафедри фінансів  
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу  
м.Івано-Франківськ, Україна

**Olga Shpilchak**

student in Finance, Banking and Insurance  
Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas,  
Ivano-Frankivsk, Ukraine

**Oleksandra Romashko**

PhD. (Economist)  
Associate Professor of Finance Department  
Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas  
Ivano-Frankivsk, Ukraine

## **ДО СУТНОСТІ ПОПИТУ ТА ПРОПОЗИЦІЇ НА СТРАХОВОМУ РИНКУ TO THE ESSENCE OF DEMAND AND SUPPLY IN THE INSURANCE MARKET**

Страховий ринок в сучасних умовах - це система механізмів:

- а) купівлі-продажу страхових послуг: визначення вартості та ціни страхової послуги;
- б) узгодження попиту та пропозиції на страхові послуги тощо.

Якісне наповнення ринку страхових послуг відбувається за законом попиту та пропозиції. З'являються одні та зникають інші страхові послуги у відповідності до потреб страхувальників. Даний закон виступає рушійною силою розвитку страхового ринку, оскільки саме під впливом попиту та позиції на страхові послуги можна досягти необхідного компромісу інтересів між усіма учасниками страхового процесу [1].

Попит на страховому ринку – це така кількість страхових послуг, яку споживачі хочуть і можуть купити за певною ціною (тарифною ставкою) протягом певного періоду на певному ринку [2]. Він залежить від:

- потреб населення та суб'єктів господарювання в страховому захисті (пряма залежність);
- платоспроможності потенційних страхувальників (пряма залежність);
- інформованості клієнтів про страхування (пряма залежність);
- рівня економічного мислення та страхової культури (пряма залежність).

Нечипорук Л.В. виокремлює ще й такі нецінові чинники попиту на страхові послуги

як:

- ціни на інші товари;
- накопичене майно;
- очікування щодо зміни ситуації ризику;
- економічна політика держави [2].

З урахуванням того, що потреба в страховому захисті знаходиться у клієнта далеко не на першому місці, попит на страхування падає, якщо у клієнта зменшується розмір реальних доходів. Тому витікає ще одна особливість страхового ринку, яка полягає в тому, що він більш схильний до наслідків кризових явищ в економіці, наприклад, інфляції чи падіння платоспроможності клієнтів, ніж інші галузі [3].

Пропозицією на ринку страхових послуг правомірно вважати діяльність страховиків щодо розроблення та реалізації страхових послуг, які здатні задовольнити потреби в страховому захисті потенційних страхувальників та відповідають їх купівельній спроможності. Особливість пропозиції на страховому ринку полягає в тому, що носіями пропозиції виступають страховики — юридичні особи, які отримали у встановленому законом порядку право на здійснення страхової діяльності (ліцензію).

Чинниками пропозиції страхового ринку є:

- кількість страховиків (пряма залежність);
- середньоринкові норми витрат на ведення справи і ставки комісійних винагород (зворотна залежність);
- структура й фінансовий стан ринку — ємкість страхового й перестрахового ринків, стан страхових портфельів компаній, розмір власних коштів страховиків, рівень концентрації капіталу (пряма залежність);
- збитковість видів страхування (зворотна залежність), рівень ризику (зворотна залежність), рентабельність і прибутковість страхових операцій (пряма залежність);
- рівень страхового нагляду (зворотна залежність);
- оподаткування страхових організацій (зворотна залежність) [4].

Для досягнення стійкого розвитку страхового ринку необхідно розробити та реалізовувати заходи щодо зростання попиту потенційних споживачів на страхові послуги й стимулювання пропозиції з боку страховиків.

#### **Перелік використаних джерел**

1. Дема Д. І., Віленчук О. М., Дем'янюк І. В. Страхові послуги: навч. посібник. К.: Алерта, 2017. 526 с.
2. Нечипорук Л. В. Попит, пропозиція та рівновага на ринку страхових послуг. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. № 5. С. 911–916.
3. Внукова Н.М., Успенко В.І., Временко Л.В. Страхування: теорія і практика: навчально-методичний посібник. Харків: Бурун Книга, 2004. 376 с.
4. Філонюк О. Ф. Страховий ринок України як об'єкт державного регулювання. *Інвестиції: практика та досвід*. 2009. № 22. С. 73-77.

## СЕКЦІЯ 7

# ЕКОНОМІЧНО ЕФЕКТИВНА ТОРГІВЛЯ: РОЗУМІННЯ СУТІ ТА СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ЇЇ ВЕДЕННЯ

УДК 339.371

**Мірошник Соломія**  
студентка групи ППм-51  
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
м. Тернопіль, Україна

**Науковий керівник: Нагорняк Ірина**  
старший викладач кафедри економіки та фінансів  
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
м. Тернопіль, Україна

**Solomiia Miroshnyk**  
student of group PPM-51  
Ternopil Ivan Puluj National Technical University  
Ternopil, Ukraine

**Scientific supervisor: Iryna Nahorniak**  
Senior Lecturer  
Ternopil Ivan Puluj National Technical University  
Ternopil, Ukraine

## ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ В ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ

### E-COMMERCE IN THE PANDEMIC PERIOD: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES

Одночасно з оголошенням карантину перед бізнесом у світі постали нові виклики сучасності, які спричинили зміну підприємницьких підходів, орієнтирів та інструментарію у веденні комерційної діяльності. Упродовж останніх років в Україні можна спостерігати стабільне зростання ринку електронної комерції. Однак, спалах пандемії COVID-19, ставши причиною економічної кризи у багатьох країнах світу, позначився і на діяльності підприємницьких структур у сфері електронної комерції.

На початок 2020 року до спалаху пандемії обсяги електронної комерції в Україні становили близько 4% від загального ринку роздрібною торгівлі країни у цілому. За результатами 2019 року обсяг електронної комерції в Україні становив понад 97 млрд. грн., з них фізичних товарів та послуг реалізовано на суму 76 млрд. грн., що на 17% випереджає показник 2018 року. За прогнозами фахівців у 2020 році очікується збільшення обсягів торгових операцій у мережі Інтернет до 87 млрд. грн. (ріст складе 15%) [1].

За прогнозами аналітиків світового ринку очікується, що у 2020 обсяги продажів сягнуть розміру 3,8 трлн. дол. США [2]. Список світових лідерів електронної торгівлі за останні кілька років різких змін не зазнав, перші три позиції, як і раніше, займають США, Японія і Китай. У десятку «гігантів» інтернет-комерції також входять Німеччина, Південна Корея, Великобританія, Франція, Канада, Індія та Італія.

Електронна комерція – не лише інтернет-магазини. E-commerce – це підприємницька діяльність, пов'язана з продажем товарів і послуг через Інтернет, рекламою, розповсюдженням та просуванням. Залежно від того, хто є цільовою аудиторією та "продавцем", виокремлюють такі категорії онлайн-комерції:

B2B (business to business) – бізнес для бізнесу. Це відносини між юридичними особами. Компанії взаємодіють між собою, укладають угоди купівлі-продажу, постачання,

надання послуг тощо. Для взаємодії контрагентів використовують онлайн-майданчики й інтерактивні бази даних.

B2C (business to consumer) – бізнес для споживача. У цьому разі юридичні особи продають товари й послуги фізособам. Простіше кажучи, це роздрібний продаж із задіянням онлайн-ресурсів – інтернет-магазинів, різноманітних електронних сервісів і банків.

B2G (business to government) – бізнес для уряду. Учасниками відносин є комерційні організації та держустанови – органи влади, місцевого самоврядування, комунальні заклади. Ця галузь передбачає проведення тендерів і державних закупок, які в Україні здійснюють через систему Prozorro.

G2C (government to citizens) – уряд громадянам. Електронне урядування забезпечує доступність державної інформації для людей. За допомогою онлайн-сервісів відбувається комунікація держорганів і людей, сплата податків, штрафів, видача дозвільних документів. Ця галузь не є повністю комерційною.

C2C (consumer to consumer) – споживач + споживач. Цей вид e-commerce передбачає відносини між фізичними особами. В Україні такими послугами можливо скористатися за допомогою сайтів оголошень або соціальних мереж.

З усіх секторів електронної комерції в Україні найбільш реалізованим та популярним є B2C. В основному він представлений у вигляді інтернет-магазинів та маркетплейсів, де товар реалізовується кінцевому споживачу. В Україні рівень довіри до здійснення покупок у мережі Інтернет зміцнився і кожен третій користувач купує товари онлайн [3]. Таку ситуацію можна пояснити введенням карантинних заходів, що певним чином і різною мірою обмежило чи, навіть, унеможливило торгівлю офлайн на певні групи товарів. Це, в свою чергу, примусило як продавців, так і покупців шукати нові способи задоволення своїх інтересів та безпосередньо сприяло переорієнтації своєю діяльності в онлайн сферу торгівлі. Тож e-commerce вдалося не лише встояти проти нових викликів, пов'язаних з пандемією 2019 року, але й, на відміну від інших сфер економічної діяльності, отримати серйозний поштовх до розвитку, хоча й не без втрат. Беручи до уваги глобальний масштаб кризи та міжнародний характер електронної комерції без географічних кордонів, варто зазначити ризики, що пов'язані з відсутністю платежів по укладених угодах, складністю налагодження поставок фізичних товарів, боротьбою з кіберзлочинністю. Проте, незважаючи на ряд труднощів, досвід свідчить про те, що на сьогоднішній день діяльність в онлайні є більш ефективною порівняно з офлайн.

У квітні 2020 р. Red Points (технологічна компанія, яка спеціалізується на захисті цифрових активів і брендів, що продаються в Інтернеті) провела опитування 150 лідерів електронної комерції, щоб з'ясувати, що вони роблять в світлі COVID-19. Респонденти представляли компанії в 10 товарних категоріях. Розмір компанії і відсоток виручки від онлайн-продажів також варіювалися. Ключові висновки [4]:

- 58% респондентів побачили збільшення онлайн-доходів в березні 2020 р. порівняно з минулим роком;
- 72% просувають рекламні акції і стимули для захисту доходів в Інтернеті;
- 41% відзначили зростання кіберзлочинності і 68% сказали, що боротьба з кіберзлочинністю дуже важлива для їхнього бізнесу;
- 59% хочуть інвестувати більше в канали електронної комерції в результаті COVID-19;
- медичні компанії, споживча електроніка та іграшки/настільні ігри найбільше цінують захист бренду.

Результати даного опитування свідчать про те, що криза переконує підприємців у тому, що варто зосередитися на вдосконаленні свого сайту, створенні якісного контенту, SEO. Питання скорочення витрат на рекламу, що вважалося б раціональним в період кризи, на сьогодні не має однозначної відповіді. Адже, настав час заявити про себе та виділитися серед конкурентів.

В умовах, що склалися, e-commerce потребує підтримки українського уряду у створенні дієвих програм розвитку електронного бізнесу, забезпечення юридичної відповідальності контрагентів, ефективного оподаткування з метою стимулювання комерційної онлайн діяльності. За відсутності дієвих заходів щодо підтримки українського сегменту електронної комерції та IT-індустрії наслідком може бути зростання тінізації даної сфери, збільшення кіберзлочинності та відтік висококваліфікованих спеціалістів за кордон, що матиме негативний вплив на наповнення державного бюджету.

#### **Перелік використаних джерел**

1 Редих Э. Рынок электронной коммерции: каким он был в 2019 и каким будет в 2020. Бизнес Цензор. 2020. 14 января. URL: [https://biz.censor.net.ua/resonance/3169606/rynok\\_elektronnoyi\\_kommertsii\\_kakim\\_on\\_byl\\_v\\_2019\\_i\\_kakim\\_budet\\_v\\_2020](https://biz.censor.net.ua/resonance/3169606/rynok_elektronnoyi_kommertsii_kakim_on_byl_v_2019_i_kakim_budet_v_2020).

2 Борейко Н.М. Специфіка електронної комерції у вітчизняному сегменті мережі Інтернет. Бізнес-навігатор. Вип. 1 (57). 2020. URL: <http://business-navigator.ks.ua/>

3 Іщенко А. Покупки в Інтернеті: стали відомі найпопулярніші в українців товари. Сьогодні. 2020. 20 січ. URL: <https://www.segodnya.ua/ua/ukraine/pokupki-v-internete-nazvany-samyu-populyarnye-u-ukraincev-tovary-1389792.html>.

4 COVID-19 has changed ecommerce forever/Counterfeiting up by a third since start of pandemic: report Brogan Woodburn The Day After COVID-19: Preparing for the future of ecommerce FBI says cybercrime reports quadrupled during COVID-19 pandemic. FBI official says foreign hackers targeted COVID-19 research centers

УДК 658.512

**Ридзай Василь**

студент групи ППм-51

Тернопільський національний технічний університет імені І. Пулюя  
м. Тернопіль, Україна

**Vasyl Rydzai**

student of group PPM-51

Ternopil Ivan Puluj National Technical University  
Ternopil, Ukraine

#### **РЕІНЖІНІРИНГ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ REENGINEERING OF BUSINESS PROCESSES AT THE ENTERPRISE**

Глибока та тривала соціально-економічна криза, яка спостерігається в Україні протягом останніх років, зумовила цілий комплекс проблем у розвитку вітчизняних підприємств. Фінансова нестабільність, інфляційні процеси, девальвація національної грошової одиниці та розбалансування системи міжгалузевих зв'язків у результаті втрати контролю над частиною виробничого потенціалу у зоні військових дій суттєво дестабілізували їх діяльність, критично обмеживши ресурсні можливості, а отже, і конкурентоспроможний потенціал. Значна невизначеність та турбулентність зовнішнього середовища як результат поєднання комплексу внутрішніх та зовнішніх дестабілізуючих факторів на фоні часто нерациональної поведінки держави як суб'єкта економічної політики фактично унеможливили стратегічне планування діяльності підприємств. Усе більшої актуальності набувають питання пошуку підходів до ефективного управління підприємствами, їх реструктуризації та оздоровлення, які, незважаючи на несприятливий характер середовища діяльності, все ж повинні визначати пріоритети та формувати політику їх реалізації.

Обґрунтування подібних підходів неможливе без упровадження антикризових моделей управління, переосмислення концепції розвитку та потребує критичної оцінки

системи управлінських технологій із погляду їх антикризової спрямованості, однією з яких є реінжиніринг бізнес-процесів. В цілому, реінжиніринг бізнес-процесів орієнтований на радикальне перепроєктування і фундаментальне переосмислення бізнес-процесів з метою досягнення істотного покращення якості функціонування системи.

Створення систем ефективного управління організаціями досить різноманітного характеру та сфери діяльності – одна із проблем, що постає перед сучасним менеджментом. Універсального алгоритму для створення таких систем управління не існує, однак можлива розробка загальних принципів побудови систем управління бізнесом. Серед найбільш передових методів побудови систем ефективного управління найпопулярніший так званий процесний підхід до управління, який полягає у виділенні в межах організації цілої мережі процесів та управлінні ними для досягнення ефективності діяльності організації [1].

Концепція покращення бізнес-процесів ґрунтується на чотирьох підходах:

1. Методика швидкого аналізу рішення (FAST).
2. Бенчмаркінг процесу.
3. Перепроєктування процесу.
4. Реінжиніринг процесу [2, с.79].

Реінжиніринг процесу ще називають розробкою нового процесу або інновацією процесу, оскільки його успіх головним чином ґрунтується на інноваціях та творчих здібностях команди по вдосконаленню процесів РІТ. Він найбільш радикальний з усіх чотирьох підходів до вдосконалення бізнес-процесів. Такий підхід забезпечує свіжий погляд на цілі процесу та повністю ігнорує існуючий процес та структуру компанії, все починається «з чистого аркуша», так ніби ви тільки починаєте розробляти цей процес. Реінжиніринг за умови правильного проведення знижує витрати і тривалість циклу на 60-90% та рівень помилок на 40-70%. Даний підхід виявляється корисним в тих випадках, коли процес організації діяльності компанії на даний момент настільки застарілий, що не варто навіть намагатися його зберегти або впливати на нього шляхом впровадження BFSS. Реінжиніринг бізнес-процесів може бути коректно використаним для 5-20% основних процесів компанії.

Даний підхід дозволяє команді РІТ спланувати процес так, ніби не існує жодних обмежень, тобто зробити процес ідеальним з точки зору його побудови не обмежуючись наявністю фінансових ресурсів, інформаційних можливостей і т.п. [4, с.19]. Це дозволяє створити новий процес, використовуючи останні досягнення науки і техніки, зокрема системи автоматизації процесів обробки інформації, що в результаті дає можливість зробити справжній прорив для компанії. Реінжиніринг бізнес-процесів забезпечує максимальне поліпшення і вдосконалення процесів, але в той же час залишається самим дорогим методом і може бути непосильним для компанії, а іноді навіть руйнівним через досить високий ступінь ризику.

Реінжиніринг бізнес-процесів не передбачає здійснення постійних, але незначних змін, що приводять до невеликого приросту зростання (на одиниці і навіть десятки відсотків) покращення показників функціонування компанії. В результаті успішно проведеного реінжинірингу (швидкого здійснення глибоких і всебічних докорінних змін системи управління) компанія досягає суттєвого «прориву» зростання ефективності в десятки та сотні разів. Специфіка реінжинірингу полягає в тому, що управління реінтегрується в наскрізні бізнес-процеси, відповідальність за які від початку до кінця беруть на себе групи однодумців, здатні виконувати широкий спектр робіт [3].

В цілому, проведення реінжинірингу бізнес-процесів - трудомісткий і складний процес, що вимагає повної віддачі і розуміння того, що відбувається від його ініціаторів та виконавців. У разі успішного його проведення, підприємство отримує масу переваг перед конкурентами, зміцнює свої позиції на ринку, підвищує показники економічної ефективності.

#### **Перелік використаних джерел**

1. Гончарова О. М. Реінжиніринг бізнес-процесів як спосіб підвищення

ефективності управління / О.М.Гончарова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=943> (дата звернення до ресурсу 25.10.2020 року).

2. Гончарова О. Реінжиніринг бізнес-процесів як метод процесного управління / О.М.Гончарова // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – 2013. – №10(151). – С.78-82.

3. Коновал Р. Энергетическая логистика как метод организации и сопровождения материально-технических потоков предприятия. ITTBilling. 2016. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ittbilling.com/article/7> (дата звернення до ресурсу 15.10.2020 року).

4. Робсон М., Уллах Ф. Практическое руководство по реинжинирингу бизнес-процессов. Пер. с англ. под ред. Н.Д. Эриашвили. М.: Аудит, ЮНИТИ, 1997. 224 с.

УДК 338.2

**Чеченюк Ірина**

кандидат економічних наук

викладач вищої категорії

ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»

м. Тернопіль, Україна

**Checheniuk Iryna**

PhD «Economic»

teacher of the highest category

SHEI «Ternopil College of Food Technology and Trade»

Ternopil, Ukraine

## **ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ THE PECULIARITIES OF DOING BUSINESS IN PANDEMIC TERMS**

Пандемія коронавірусу та пов'язана з нею економічна криза дещо призупинили розвиток підприємництва, проте, водночас, дали поштовх розвитку нових проєктів та методів ведення бізнесу.

Джин Маркс — засновник «The Marks Group», американської консалтингової фірми, висловив цікаву думку про те, які переваги епідемія коронавірусу може мати для підприємств та їх власників: *«Для початку, після стількох років заперечення, бізнес нарешті сприйме віддалену роботу як продуктивний та життєздатний спосіб управління своєю робочою силою. Багато працівників, особливо молодших, вимагають можливості працювати вдома або бути більш мобільними. Деякі роботодавці реагували на ці запити, але велика кількість моїх клієнтів виступили проти змін. Зараз страх перед зараженням змушує цих підприємців переглянути свої переконання та дозволити своїм підлеглим працювати вдома»* [2].

Варто зазначити, що на період карантину підприємства мають право доручити працівникам виконувати протягом певного періоду часу роботу вдома, надавати працівнику відпустку за його згодою. Термін перебування у відпустці без збереження заробітної плати необмежений на період карантину і не включається у загальний термін 15-ти карантинних днів на рік.

Джин Маркс також зауважив: *«Вірус навчить нас ще одному цінному уроку: заради Бога, перестаньте покладатися на єдиного закордонного постачальника продукції у компанії. І коронавірус підкреслює цю думку: диверсифікація є критичною, якщо ви сподіваєтесь на успіх у довгостроковій перспективі. Звичайно, ці продукти з Китаю, Італії чи Південної Кореї дешевші. Але що, якщо щось — я не знаю, скажімо, вірус, тарифи, війна — перериває ваше постачання? До кого ви звертаєтесь далі? Ми повинні бути вдячні*

коронавірусу за те, що він нагадав нам, що ми не повинні будувати свій бізнес навколо одного джерела постачання з однієї країни» [2].

Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства в Україні активно допомагає підприємцям адаптувати свою діяльність під час пандемії. Зокрема, офіс малого та середнього підприємництва створив спеціальну сторінку з інформацією для малого бізнесу в умовах карантину. Консультантами виступили спеціалісти консалтингової фірми «PwC». Вони рекомендують підприємцям вживати наступних заходів:

- продумати, як дотриматися вимог антикризових програм уряду і мінімізувати ризик дестабілізації бізнесу;
- забезпечити ефективне податкове управління, скористатися наявними можливостями відшкодувань та проаналізувати заходи реагування національних урядів та податкових органів у відповідь на COVID-19;
- розробити заходи з підвищення ефективності управління грошовими потоками;
- зберегти рентабельність бізнесу завдяки таким заходам, як побудова сценаріїв розвитку та регулярне фінансове моделювання з урахуванням економічних наслідків пандемії;
- ретельно аналізувати чинники, які впливають на тенденції цільових ринків або трансформацію бізнес-моделей у зв'язку з пандемією у довгостроковій перспективі;
- прискорити цифрову трансформацію, оскільки перехід на режим дистанційної роботи виявив слабкі місця в IT-інфраструктурі, кадровому плануванні та розвитку цифрових навичок [3].

Пандемія коронавірусу стала поштовхом для розвитку онлайн-торгівлі. Споживачі все частіше купують в інтернеті те, що раніше могли придбати в реальному магазині.

За прогнозами німецького статистичного онлайн-порталу «Statista», до 2021 року світовий ринок електронної комерції складе \$4,9 трлн на рік. За даними аналізу «Digital Commerce 360», обсяг онлайн-продажів у світі в 2016-2019 роках зростав у середньому на 20% на рік. У той же час, роздрібні офлайн продажі збільшувалися на 3,5% за рік. Якщо подібна тенденція збережеться, то обсяги світового ринку електронної комерції перевищать обсяги традиційної торгівлі вже до 2036 року [1].

При цьому, є підстави вважати, що саме пандемія коронавірусу послужить додатковим поштовхом у розвитку онлайн-торгівлі. Адже в ситуації, що склалася, все більше людей у всьомі світі змушені купувати в інтернеті те, по що раніше ходили в магазин. А, звикнувши робити покупки «в один клік», вони навряд чи в подальшому стануть витрачати на це більше часу в реальних магазинах.

Ще однією перевагою онлайн-торгівлі перед традиційною стало те, що якщо фізичного магазину немає, його і не закриєш на карантин.

Що стосується України, ще недавно складно було уявити ситуацію, коли мешканка українського обласного центру або села могла замовити чи продати товари через інтернет. Але з розвитком платіжних систем, кожен отримав практично необмежені можливості для доступу в мережі Інтернет по всій країні.

За даними дослідження «OLX», під час якого опитали майже 30 000 респондентів, для 9% людей продажі на цій платформі - можливість додаткового заробітку, а ще для 3% - головне джерело доходу. Для майже 9% респондентів віком старших 65 років і 4% віком від 18 до 24 років, продажі через торговельні майданчики є бізнесом і основним джерелом заробітку. Серед основних причин, чому вони вибирали продаж онлайн, підприємці назвали бажання заробляти більше грошей і поєднувати постійну роботу з веденням інтернет-бізнесу. За даними «OLX», з першого до четвертого тижня березня 2020 року попит на продукцію для краси і здоров'я виріс на 84%, продукти харчування - на 110%, а побутові товари стали популярнішими на 345% [1].



Важливою перевагою торгівлі в середовищі Інтернет є вирішення однієї з основних проблем бізнесу - охоплення великої аудиторії, відсутність обмеженості своїм районом, містом чи областю.

Підсумовуючи, можна зробити висновок, що онлайн-майданчики досить активно розвиваються і бізнес, який адаптується під ринок електронної комерції, має всі шанси розвиватися динамічніше, що особливо важливо в період карантинних обмежень.

#### **Перелік використаних джерел**

Офіційний сайт інтернет-видання «LIGA.net» – Електронний ресурс – Режим доступу: <https://ua-news.liga.net/economics/opinion/biznes-po-novomu-pandemiya-koronavirusu--poshtovh-dlya-rozvitku-onlayn-torgivli>

Офіційний сайт компанії «Main Business Partner» – Електронний ресурс – Режим доступу: <https://mbusinesspartner.com.ua/koronavirus-vs-business>

Офіційний сайт компанії «PwC» – Електронний ресурс – Режим доступу: <https://www.pwc.com/ua/uk/survey/2020/covid-19.html>

## СЕКЦІЯ 8

# МАЙБУТНЄ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ: РОЗУМНЕ УПРАВЛІННЯ, РОЗУМНІ ТЕРИТОРІЇ, РОЗУМНИЙ БІЗНЕС

УДК 338.1

**Артеменко Людмила**  
кандидат економічних наук, доцент  
доцент кафедри економіки та фінансів  
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
м. Тернопіль, Україна  
**Liudmyla Artemenko**  
PhD (Economics), Docent  
Associate Professor Department of Economics and Finance  
Ternopil Ivan Puluj National Technical University  
Ternopil, Ukraine

### ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ КОНДИТЕРЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ FEATURES OF COMPETITIVE ENVIRONMENT IN THE DOMESTIC INDUSTRY OF CONFECTIONARY ENTERPRISES

Український ринок кондитерських виробів – один із найбільш привабливих та динамічних у вітчизняній економіці, його частка у харчовому секторі промисловості країни щороку становить 12 – 15 %. Окрім того, він демонструє низький рівень вразливості до негативних економічних спадів країни та світу в цілому. Вагомість галузі засвідчує і той факт, що Україна посідає 8-е місце у світі за споживанням кондитерських виробів на душу населення. Продукція представлена широким номенклатурним рядом товарів (широта асортименту складає понад 1 млн. найменувань), які традиційно формуються в такі чотири групи: 1) шоколадні кондитерські вироби; 2) цукрові кондитерські вироби (карамель та глазур); 3) морозиво; 4) випічка та торти довготривалого зберігання [1].

Лідерами у відсотковому вираженні серед виробників є такі компанії як: Корпорація "Roshen" (27,8), Корпорація «БісквітШоколад» (7,9), ПрАТ КФ «АВК» (7,6), АТ «ВО «КОНТІ» (4,3), ПАТ Львівська кондитерська фірма «Світоч» (3,0) [2]. Найбільш популярними трендами є: шоколад із більшим відсотковим вмістом какао, екзотичними ароматизаторами або добавками (цитрусові, спеції, сіль), цукерки з начинками: (волоський горіх, арахіс, фундук). У світовому рейтингу кондитерських компаній видання Candy Industry Magazine у 2020 році включило 4 українські кондитерські компанії: «Roshen» (27 місце), «АВК»(65), «Millennium» (74) та «Konti» (80) [3]. Така ситуація дає підстави вважати, що вітчизняна кондитерська галузь є достатньо конкурентоспроможною та її продукція користується попитом не тільки на внутрішньому, але і на ринках Європи.

Станом на 2019 рік на ринку із виготовлення кондитерських виробів працюють більше 4 тис. підприємств, з яких частка 10 топ-лідерів сягає 85, 0 % [4]. Тому можна зробити висновок про високий рівень конкурентного середовища та поєднання олігополістичного та монополістичного типу конкуренції. Одночасно, можна констатувати, що процес зміцнення лідерів ринку може призвести до того, що, більш слабкі підприємства змушені будуть його залишити, що в підсумку створить загрозу монополізації. Для утримання своїх позицій на ринку невеликим підприємствам доцільно обирати стратегію обмеженої експансії, котра передбачає раціоналізацію процесів виробництва та мінімізацію витрат або прагнути зайняти вільну нішу кондитерського ринку, де найменше конкурентів.

На нашу думку, серед особливостей перспективного розвитку вітчизняних підприємств кондитерської продукції, які необхідно враховувати при розробці стратегій, можна виокремити наступні:

- ✓ зниження купівельної спроможності населення може призвести до скорочення витрат бюджетів домогосподарств на солодоші;
- ✓ кондитерська галузь є матеріаломісткою, тому збільшення ціни імпортованої сировини через зростання курсу долара, збільшить собівартість продукції, що, в кінцевому результаті, спровокує покупців переключитися на споживання більш дешевої альтернативної продукції. Такі ризики мають бути скеровані в напрямку нівелювання їх впливу;
- ✓ у більш вигідному становищі опиняться ті фірми, які спроможні будуть здійснити інвестицій в нові лінії, технології, оскільки застаріле обладнання (близько 80%) чинить негативний вплив на підвищення їх конкурентоспроможності;
- ✓ доцільним та ефективним може стати розробка ексклюзивних продуктів (зі зниженим вмістом цукру, жиру, без глютену; органічний шоколад; кондитерських виробів, що містять зацукровані, глазуровані або кристалізовані фрукти та плоди);
- ✓ потребує диверсифікації в напрямку посилення дуже слабкої ніши – товарів для діабетиків, так званих «корисних солодошів» на цукрозамінниках і стевії; дитячого сегменту з мікро-та мікроелементами;
- ✓ перспективним з позицій привабливості та підвищення попиту може стати покращення дизайну етикеток, упаковки, системи пакетування та дрібного фасування.

Таким чином, завоювання переваг споживачів до продукції певних товарних марок, брендів, товаровиробників потребує ретельного вивчення ринку, реалізації маркетингових стратегій, активізації власних шляхів підвищення конкурентного процесу в рамках основних тенденцій розвитку та загроз.

#### **Перелік використаних джерел**

1. Europe Candy Market By Type (Chocolate Candy, Non Chocolate Candy), By Distribution Channel (Supermarkets, Convenience Stores, Grocery Stores, Online And Others) And By Region — Industry Analysis, Size, Share, Growth, Trends, And Forecasts (2018—2023) // Market Date Forecast. 2019. URL: <https://www.market data forecast.com/ market reports/euro pecan demarked>
2. Аналіз ринку кондитерських виробів: тенденції. URL: <https://koloro.ua/ua/blog/brending-i-marketing/analiz-rynka-konditerskikh-izdeliyukrainy-tendentsii.html>
3. Candy Industry's Global Top 100 Candy Companies Lists URL: // Candy Industry Magazine. 2020. URL: [https://www.candyindustry.com/GlobalTop100Candy\\$Companies](https://www.candyindustry.com/GlobalTop100Candy$Companies)
4. Аналіз кондитерської галузі. Аналітичний портал Youcontrol. 2019. URL: <https://youcontrol.com.ua/>

**Голда Надія**  
кандидат економічних наук, доцент  
доцент кафедри промислового маркетингу  
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
м. Тернопіль, Україна  
**Nadiia Golda**  
Docent, Associate Professor of the Department of Industrial Marketing  
Ternopil Ivan Puluj National Technical University  
Ternopil, Ukraine

## **ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ ORGANIZATSIYNO-ECONOMIC MECHANISM FORMING TOURIST SPHERE**

Сучасна індустрія туризму є однією з найбільших, високоприбуткових і найбільш динамічних галузей світового господарства, які розвиваються. Україна має вигідне географічне положення з різними кліматичними зонами, унікальне поєднання природно-ландшафтних ресурсів, що відкриває великі можливості для залучення відпочиваючих. Туризм розглядається багатьма авторами як багатовимірне поняття. З цієї точки зору туризм є одночасно і видом діяльності, і формою рекреації, і галуззю національної економіки, і способом проведення дозвілля, і, крім того, мистецтвом, наукою і бізнесом [1, 2]. Туризм - категорія економічна, так як держава, приймаючи туриста, продає йому місцеві послуги, створює робочі місця для своїх громадян, отримує доходи від ввезення валюти. У багатьох країнах туризм є найбільш прибутковим видом економічної діяльності. Крім цього, туризм є і соціальною категорією, так як його розвиток сприяє появі нових робочих місць, що веде до зростання зайнятості, зниження безробіття.

Сферу туризму можна розглядати як:

- сфера туризму у вузькому сенсі, куди входять галузі, які безпосередньо обслуговують туристів;
- сфера туризму в широкому сенсі як сукупність галузей обслуговування і матеріального виробництва, орієнтованих на ринок туризму.

Здійснюючи мету туристичного виробництва, тобто задовольняючи конкретні потреби в рамках розширеного відтворення життєвих сил людини, туристична індустрія освоює різноманітні рекреаційні ресурси, які є основою для виробництва туристських послуг і супутніх товарів. Таким чином, результат туристичного виробництва знаходить суспільне визнання в споживанні, а виробництво отримує новий імпульс до розвитку. Туризм, як економічне явище, являє собою єдиний процес виробництва і споживання. Для туристів об'єкт споживання в подорожі - корисність товарів і послуг, які можуть задовольняти в цей період їх потреби. туристів споживчу вартість. Для туристів споживчу вартість становить корисність товарів, природних ресурсів та факторів, а також різного роду туристичних послуг.

Діяльність підприємств щодо створення і підтримання матеріально-технічної бази туризму обумовлює виробництво і продаж послуг і товарів, і тому вона також включається, як складова, в туристичне обслуговування. Безпосереднє обслуговування - це своєрідний процес складних взаємин між обслуговуючим персоналом і туристами, в якому здійснюється одночасно створення, пропозицію і споживання більшої частини послуг і товарів. Туроператор здійснює планування і створення маршрутів, програм і пакетів послуг для поїздок туристів на індивідуальній чи груповій основі. Комерційні операції туроператорів зазвичай кваліфікуються як оптові, так як створюваний ними турпродукт підлягає, як правило, перепродажу турагентам. Турагент виступає в якості продавця туристичного

продукту на основі договору, сформованого туроператорами.

Відзначимо, що загальні економічні фактори можуть впливати на туристичну діяльність, як позитивно, так і негативно. Факторами позитивного впливу є ріст реальних доходів населення; більш рівномірний розподіл доходів; стабільність національної та світових валют. До факторів негативного впливу належать кризові економічні явища; спад розвитку основних галузей господарського комплексу та пов'язані з цим ріст безробіття, скорочення заробітної плати; нестабільна соціально-політична та економічна ситуація в цілому. Ці фактори необхідно враховувати при обґрунтуванні організаційно-економічного механізму туристичної діяльності в першу чергу. Його можна вважати ефективним, якщо туристичні підприємства й організації виконують свої найважливіші соціальні, економічні й екологічні функції. При цьому серед економічних функцій виділяються: виробнича (виробництво нового продукту й сприяння накопиченню цінностей); забезпечення зростання зайнятості населення, (туристично-рекреаційна галузь надзвичайно персоніфікована); створення доходу; згладжування або вирівнювання (туристично-рекреаційна діяльність сприяє економічному розвитку слабких в промисловому відношенні регіонів або країн); нівелювання платіжного балансу.

До несприятливих факторів впливу на діяльність туристичної сфери в Україні можна віднести, те що населення туристично-рекреаційних регіонів мало підготовлене до рекреаційного підприємництва; відсутні стабільні економічні механізми економічного регулювання господарських відносин; економічні важелі і стимули розвитку рекреаційно-туристичної сфери лише формуються; виробнича та соціальна інфраструктура загального призначення, (дороги, транспортне сполучення, зв'язок, водопровідного – забезпечення, каналізація, торгівля, громадське харчування) розвинута слабо або занедбана, рівень сервісу низький; не досить розвинуті сучасні системи інформаційного забезпечення рекреаційно-туристичного бізнесу, відсутня всеохоплююча реклама; дефіцит висококваліфікованих менеджерів у сфері рекреаційно-туристичного бізнесу; загальна культура господарювання невисока; деформовані традиції і звичаї народу; санітарно-екологічна ситуація в багатьох туристично-рекреаційних центрах досить напружена, що знижує попит на послуги відповідних підприємств. Туристично-рекреаційний бізнес дуже чутливий до політичних катаклізмів. Цей фактор серйозним гальмом розвитку рекреаційно-туристичної індустрії.

Враховуючи специфіку туристичної діяльності, її ріст буде пов'язаний з двома головними чинниками: наближення ціни туристичних послуг до їх реальної суспільної вартості й до світових цін; зростання кількості і якості послуг. Тому важливим завданням організаційно-екологічного механізму є сприяння розвитку галузі, забезпечення раціональних темпів і пропорцій розвитку, запобігання негативним процесам, насамперед екологічним. Основними вигодами, які можуть очікувати регіони країни від розвитку туристичної індустрії, є: збільшення зайнятості населення в регіоні, що в умовах слабого розвитку сільської місцевості, спаду аграрного виробництва є проблемним завданням; збільшення доходів населення, що дозволить зменшити межу бідності та соціальне розшарування; надходження коштів у місцеві бюджети, що дасть змогу забезпечувати розвиток соціальної сфери; розширення економічних зв'язків з іншими регіонами та країнами. Таким чином, основним завданням успішного розв'язання проблем розвитку туристичної індустрії є створення адаптивного і стійкого організаційно-економічного та оздоровчого механізму, інтегрованого в ринкову економіку, здатного виживати в умовах конкурентного середовища, створювати профілактичну та відновлювану продукцію, надавати ефективні оздоровчі та сервісні послуги, виготовляти необхідні товари курортного попиту.

#### **Перелік використаних джерел**

1. Дурович А., Анастасова Л. Маркетинговые исследования в туризме: Учеб.-практ. пособие. – М.: Новое знание, 2002. –348 с.
2. Тлумачний словник туристських термінів. - М .: Афіни, 1994. - 497 с.

**Долик Катерина**  
студентка групи ППм-61  
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
**Науковий керівник: Маркович Ірина**  
кандидат економічних наук, доцент  
доцент кафедри економіки та фінансів  
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
м.Тернопіль, Україна  
**Kateryna Dolyk**  
student of group PPM-61  
Ternopil Ivan Puluj National Technical University  
Ternopil, Ukraine  
**Scientific supervisor: Iryna Markovych**  
PhD (Economics), Docent  
Associate Professor of Economics and Finance Department  
Ternopil Ivan Puluj National Technical University  
Ternopil, Ukraine

## ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМИ ПЕРЕВАГАМИ ПІДПРИЄМСТВ THEORETICAL ASPECTS OF MANAGEMENT OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF ENTERPRISES

В умовах загострення конкурентної боротьби між підприємствами в усіх секторах економіки виникає необхідність формування відповідних конкурентних переваг та ефективне управління ними водночас. В свою чергу підприємства, які систематично, оперативно працюють, враховують фактори впливу, нестабільну економічну ситуацію в країні, мінливість, вчасно адаптуються до умов зовнішнього ринкового середовища, здатні не тільки успішно функціонувати, а й утримувати здобуті ринкові позиції, що в свою чергу являється саме тими необхідними кроками в управлінні конкурентними перевагами.

Для розкриття теоретичних аспектів управління конкурентними перевагами підприємства, насамперед потрібно ідентифікувати конкурентні переваги, адже вони містить різноманітні трактування, які розглянуто та вміщено в таблиці 1.

Науковці-економісти по різному трактують та виділяють конкурентні переваги підприємств, але всі вони зазначають, що саме мінливість конкурентного середовища ставить вимогу перед підприємствами – формування, генерування та управління конкурентними перевагами, що являється першоджерелом підвищення конкурентоспроможності.

Таблиця 1

Трактування конкурентних переваг

ПІБ науковців економістів	Визначення конкурентних переваг
А.В. Войчак, Р.В. Камишніков	Вважаються, що це характеристики або властивості, що забезпечують підприємству перевагу над прямими конкурентами [1, с. 50].
С.П. Гаврилюк	Передбачає саме активи і сфери діяльності, які дають змогу підприємству перемагати у конкурентній боротьбі і вважає, що являються стратегічно важливі [2, с. 77].
Ж.-Ж. Ламбен	Зазначає, що це характеристики, властивості товару чи марки, котрі створюють для підприємства певну перевагу над його прямими конкурентами [3, с. 369].

В свою чергу конкурентна перевага забезпечує відповідний рівень ефективного використання наявних на підприємстві всіх видів ресурсів, а управління нею –

обґрунтований, логічний і оперативний процес, за мету якого ставить саме забезпечення довгострокового успіху підприємства з можливістю адаптації до вимог зовнішнього середовища.

У науковій літературі не виділяють єдиної класифікації конкурентних переваг або ж підходу чи комплексу, так як це можуть бути різноманітні економічні показники (фінансова стійкість, рентабельність, обсяг реалізації та інші), а також певний прояв лідерства в будь-якій сфері діяльності, а саме економічній, науковій, технічній, технологічній. В свою чергу будь-які конкурентні переваги залежать від факторів впливу, не тільки зовнішнього середовища, а й внутрішнього.

Критерії класифікації конкурентних переваг являються досить різноманітними, а саме виокремлюють такі [2; 4; 5]: враховуючи термін дії (довгострокові і короткострокові), за джерелами виникнення (зовнішні та внутрішні), за рівнем ієрархії (на рівні товару, на рівні фірми, на рівні галузі, на рівні економіки), враховуючи ціну (цінові і нецінові), за сферою вияву (науково-дослідницькі розробки (НДР), виробництво, реалізація, сервіс і експлуатація).

Так як не виділяють єдиного конкретного підходу, який виокремлює та встановлює конкурентні переваги на підприємствах, головним завданням для них являється саме визначення певних конкурентних вимог, які забезпечать ефективні переваги над конкурентами і що, основне на довгострокову перспективу.

Тому під метою управління конкурентними перевагами розуміють саме забезпечення можливості довгострокового успіху підприємства завдяки формуванню, розробці, застосуванню відповідних дієвих стратегій.

Враховуючи мету, цілі, фактори впливу, конкурентоспроможності виокремлюють основні завдання управління конкурентними перевагами, а саме:

- аналіз, оцінка та ідентифікація власного потенціалу підприємства, – факторів впливу зовнішнього середовища та рівня конкурентоспроможності;
- розгляд ефективних стратегій, які забезпечать – конкурентоспроможність та відповідно реалізація їх на належному рівні з урахуванням зазначеного попереднього завдання;
- оцінка саме ефективності управління конкурентними перевагами.

Вагому роль в управлінні конкурентами відіграє ресурсне забезпечення, так як саме воно являється підґрунтям для здійснення управлінських функцій та процедури. Відповідно виділяють такі види ресурсного забезпечення [5, 6]: інформаційне (бази даних, відповідні потоки інформації, їх обробка, конкретні системи), фінансове (джерела фінансових ресурсів, напрями фінансування), матеріально-технічне забезпечення (сировина, матеріали, обладнання, приміщення) та кадрове забезпечення (кваліфікація кадрів).

Виділяють відповідні особливості процесів управління конкурентними перевагами:

1. Завдяки комплексності та оперативності роботи підприємства і визначається характер конкурентних переваг.

2. Мінливість, нестійкий характер, постійних розвиток зовнішнього середовища потребує ґрунтовного пошуку нових джерел.

3. Необхідність одночасного використання новітніх інновацій, технологій в поєднанні з досить дешевою сировиною, збільшеннями обсягів виробництва та зростанням ринків збуту.

4. Для підприємств, які мають стрімкий розвиток стають все більш доступними саме технологічні переваги.

5. Для забезпечення конкурентних переваг в сучасних умовах потрібно саме кадрові і фінансові ресурси.

Таким чином, підприємствам потрібно зосередити увагу саме на підходах, які забезпечують реалізацію стратегії розвитку максимально ефективно, при цьому з найменшими витратами, або ж акцентуючи увагу на конкурентах, або ж на споживачах, чи навіть на ресурсах. При цьому основою для розвитку та управління конкурентними

перевагами являється саме ґрунтована аналітична робота, яка включає саме вивчення стану ринку, тенденцій ринкових процесів загалом та відповідно рівня активності всіх конкурентів. Тому доцільно використовувати якісний аналіз, який включає матрицю, тобто саме її позиціонування конкурентних переваг дає можливість підприємству визначати положення кожної конкурентної переваги та обирати відповідну стратегію їх підтримки та розвитку. Завдяки застосуванню саме матриці розрахунки показників варто здійснювати шляхом зіставлення фактичних із базовими.

Отже, управління конкурентними перевагами підприємства повинно здійснюватися з урахуванням цілей, розвитку, орієнтовного на споживачів, конкурентів та ринки збуту, при цьому використовуючи конкретні, обґрунтовані заходи щодо управління.

#### **Перелік використаних джерел**

1. Войчак А.В. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація / А.В. Войчак, Р.В. Камишніков // Маркетинг в Україні. – 2005. – № 2. – С. 50–53.
2. Гаврилюк С.П. Конкурентні переваги як основа розробки стратегії туристських підприємств / С.П. Гаврилюк // Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України. – 2001. – № 4. – С. 76–80.
3. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / Перев. с англ. под ред. В.Б. Колчанова. – СПб. : Питер, 2007. – 800 с. (Серия «Классика МВА»)
4. Лепа, Н. Н. Управление конкурентными преимуществами предприятия / НАН Украины. Ин-т экономики пром-сти / Лепа Н. Н. – Д.: ООО "ЮгоВостокЛтд", 2003. – 296 с. ;
5. Рзаєв Г.І. Методики оцінки конкурентоспроможності: проблеми та перспективи їх використання / Г.І. Рзаєв // Вісник Хмельницького національного університету. Серія Економічні науки. – 2014. – № 4. – Т. 3. – С. 93–97.
6. Царенко О.В. Конкурентні переваги легкої промисловості регіонів України: методологія формування, теорія та практика: [монографія] / О.В. Царенко. – Донецьк : Юго-Восток, Лтд, 2009. – 504 с.

УДК 336.76

**Крупка Андрій**

кандидат економічних наук

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

**Пиріг Галина**

кандидат економічних наук, доцент

Західноукраїнський національний університет

**Andrii Krupka**

Ph.D (Economics)

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

**Halina Pyrig**

Ph.D (Economics),

West Ukrainian National University

#### **КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ В КРИЗОВИХ УМОВАХ**

#### **CREATIVE ECONOMY: CHALLENGES AND PROSPECTS IN CRISIS**

В Україні уже давно назріла потреба системної підтримки творчих індустрій, адже в теперішньому комерціалізованому світі культура поступово стає товаром. Сьогодні надзвичайно важливо знайти спосіб використати механізм товарно-грошових відносин для поширення тих цінностей, що їх несе в собі культура та мистецтво. А без каналів і мереж поширення таких цінностей неможливо вибудувати ланцюжок культурного самовідтворення



суспільства, коли цінності стають нормою, закріпленою ментально і на підсвідомому рівні, що проникає у повсякдення.

Креативні індустрії та креативне підприємництво – це відносно нові поняття в українському контексті. Креативні індустрії охоплюють такі види діяльності: аудіо-візуальна творчість (фільми, ТБ, радіо, нові медіа, музика); туризм; спорт; книги и преса; культурна спадщина (музеї, бібліотеки, архіви та історичне середовище); перформативні мистецтва (театр, виконавське мистецтво і танок); візуальні мистецтва (галереї, архітектура, дизайн і ремесла).

В зарубіжних країнах креативна економіка включає щонайменше чотири важливі складові:

- 1) політики та законодавство;
- 2) кластери й хаби;
- 3) інкубатори й акселератори;
- 4) професійні мережі та асоціації [1].

Формування фінансової політики держави у сфері розвитку креативної економіки є доволі складною і малодослідженою темою як в зарубіжних країнах, так і Україні. Пов'язано це з тим, що:

- організації креативної економіки у більшості працюють з об'єктами прав інтелектуальної власності – від музичних творів, дизайну і до способу представлення об'єктів. Оскільки у звичайному кредиті заставою може стати майно, то у кредиті таких організацій потрібно оцінювати інтелектуальну власність, що вимагає відповідних навичок і знань;

- більшість культурно-мистецьких індустрій мають гібридні бізнес-моделі – від продажу квитків чи товарів до спонсорства, партнерських проектів, залучення грантів та ліцензування інтелектуальної власності. Відтак будь-яке фінансування таких організацій вимагає розуміння конкретної бізнес-моделі і оцінки відповідних фінансових ризиків;

- для інституційних інвесторів, які готові інвестувати в капітал культурних бізнесів (наприклад, в капітал приватного театру чи комерційного фестивалю або виробника авторського одягу), складним питанням є оцінка частки в бізнесі (адже як можна оцінити вартість креативного бізнесу, де і сам товар чи послуга та їх просування базуються на креативних рішеннях), а також потенціалу креативу на конкретному ринку за умови відсутності чітких даних.

Однією з найбільш істотних перешкод для розвитку вітчизняної креативної індустрій, є недотримання законодавства про авторські права. Розвитку ринку кіно, музики і розважального програмного забезпечення надзвичайно заважає значне поширення піратської продукції. З іншого боку, жорстке законодавство про авторське право юридично скорочує можливості малого та середнього бізнесу в роботі з продуктами авторського права, оскільки існує дисбаланс між правами авторів, яким віддається перевага, і правами споживачів.

На нашу думку, базові соціально-економічні проблеми, характерні для економіки України, є спільними і для сектору культурних індустрій. До таких проблем відносимо:

- відсутність прозорої конкуренції (наприклад, найбільш сильні компанії на ринку кіно - це компанії, які отримують державне фінансування і які мають пріоритет при отриманні замовлень);

- негативний вплив нестабільної та слабзорозвиненої економіки (насамперед, дефіцит інвестицій), невинувато високі витрати (передусім, витрати на виробництво продукції, а також на оренду приміщень);

- великі розміри тіньової економіки і, як наслідок, ведення бізнесу без сплати податків, а домінування в деяких секторах цих практик надзвичайно ускладнює підрахунок реальних оборотів і доходів закладів;

- слабкий розвиток малого і середнього бізнесу. Креативні індустрії в основному представлені малими підприємствами, частка яких у Україні оцінюється на рівні 15-20%, у той час як у США їх - 50-60%, в Китаї - 55%, у країнах ЄС - до 70%, а в Канаді - 90%;

- висока ставка єдиного соціального внеску, який справляє суттєве навантаження на бізнес при залученні співробітників. Цей аспект особливо важливий, коли йдеться про діяльність компаній, що пов'язані з культурно-мистецькою діяльністю, для яких людські ресурси можуть бути більш значущі, ніж купівля обладнання [2].

Розвиток креативної економіки має стати важливим пріоритетом сучасної фінансової політики держави. Визнання провідної ролі творчого сектора і творчого класу демонструє політичну волю рухатися в бік постіндустріального розвитку (на противагу концепції «енергетичної держави», чю могутність побудовано на експорті природних ресурсів). Сьогодні низка розвинених країн світу вже прийняла таке рішення (у цьому контексті доцільно згадати програми Creative State в Австралії або стратегію «Творча Британія» [3]). Крім загального політичного спрямування, необхідною є низка більш конкретних, але дуже вагомих рішень (починаючи з відміни візового режиму для подолання ізоляції України від міжнародних культурних ринків і закінчуючи створенням системи пільгового оподаткування, спрощенням бюрократичних процедур і доступом до фінансових ресурсів для креативних бізнесів).

В Україні важливим суб'єктом креативної економіки можуть стати агенції креативних індустрій, які слугуватимуть посередниками між спільнотою підприємців і місцевою владою. Агенції проводитимуть аналіз ресурсів території і виявлятимуть її творчий потенціал, а вже потім розроблятимуть стратегії розвитку і вибудовуватимуть систему підтримки креативного підприємництва. Сьогодні найбільші та авторитетні агенції креативних індустрій існують у Великобританії, які є визнаними лідерами у своїй галузі, яких залучають керівники міст різних країн світу для досліджень, консультацій, оцінки перспектив культурно-мистецького ринку, використання творчого зростання і потенціалу, дослідження перспектив перепрофілювання економіки міста на користь креативного сектору.

Очевидно, що розвиток креативних індустрій в Україні буде гальмуватися до тих пір, поки не будуть створені сприятливі умови для розвитку малого і середнього бізнесу загалом. Можливість розпочати і вести свій бізнес-проект – ключова і необхідна умова зростання творчої економіки. Важливим у зазначеному контексті є створення бізнес-інкубаторів для «культурних» підприємців, яких в Україні практично немає.

Світовий ринок креативних індустрій розвивається досить стрімко та мобільно, що вимагає від окремих країн та виробників високих адаптаційних здібностей, щоб відповідати світовим тенденціям. Навіть в час всесвітньої пандемії окремі ланки креативної економіки мають тенденції до зростання.

Україна має значний потенціал для розвитку креативного сектору економіки і, в тому числі, нарощування експортного потенціалу. Відтак для подолання структурних перекосів в галузі креативних індустрій необхідно сприяти виявленню креативного потенціалу та реалізації започаткованих новацій шляхом стимулювання інвестицій у цю галузь.

Отже, за умови грамотного державного протекціонізму креативні індустрії в Україні можуть стати джерелом наповнення бюджету країни та дієвим каналом промоції нашої країни в світовому культурному просторі.

#### **Перелік використаних джерел**

1. Бакальчук В, Кузьмук О. Зарубіжний досвід залучення позабюджетних коштів на розвиток культури: аналітична записка. *Інститут стратегічних досліджень при Президентові України*. 2018. URL: <http://old.niss.gov.ua/articles/2973/>
2. Дубок І.П. Джерела фінансування сфери культури в Україні та напрями їх розширення. *Вісник Національної академії державного управління*. 2015. №2. С. 63-70.
3. Facing the Challenges of the Creative Economy. *Creative Economy, Cultural Policy*. 2016. URL: <http://creativeclusters.com/>

**Лаптева Лариса**

викладач економічних дисциплін  
Відокремлений структурний підрозділ  
«Коломийський економіко-правовий коледж  
Київського національного торговельно-економічного університету»  
м. Коломия, Україна

**Демидюк Оксана**

викладач економічних дисциплін  
Відокремлений структурний підрозділ  
«Коломийський економіко-правовий коледж  
Київського національного торговельно-економічного університету»  
м. Коломия, Україна

**Lapteva Larisa**

teacher of economic  
Separate Structural Subdivision «Kolomyia Professional College of  
Economics and Law of Kyiv National University of Trade and Economics»

**Demydiuk Oksana**

teacher of economic  
Separate Structural Subdivision «Kolomyia Professional College of  
Economics and Law of Kyiv National University of Trade and Economics»

**ВИКОРИСТАННЯ ВЛАСНИХ ТОРГОВИХ МАРОК (БРЕНДИНГУ) – ШЛЯХ  
ДО ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО  
ПІДПРИЄМСТВА  
THE USE OF OWN BRANDS (BRANDING) IS A WAY TO INCREASE  
COMPETITIVENES OF A COMMERCIAL ENTERPRISES**

Сучасна світова фінансова криза, яка викликала низку негативних соціально-економічних наслідків в Україні, поглибила інтерес до удосконалення механізму конкурентоспроможності торговельних підприємств.

В умовах кризи вкрай важливо застосовувати інноваційні підходи й методи до удосконалення механізму конкурентоспроможності торговельного підприємства, оскільки саме такі методи і підходи можуть стати справді ефективними. Тому тема цієї статті, яка присвячена інноваційним підходам й методам удосконалення механізму конкурентоспроможності, є актуальною, потрібною і своєчасною.

Конкурентоспроможність є одним із вагомих факторів, що визначає першість країни на світовому рівні. Чим вищий цей показник, тим краще соціально-економічне становище держави. Таким чином збільшується приплив фінансового, трудового капіталу до країни та впроваджуються нові технології. Так, М. Портер вважав, що конкурентоспроможність підприємства – це порівняльна перевага по відношенню до інших фірм [2], здатність суб'єкта ринкових відносин бути на ринку на одному рівні з наявними там аналогічними конкуруючими суб'єктами.

В ринкових умовах ефективність функціонування торговельних підприємств значною мірою визначається інфраструктурою товарного ринку та товарного руху на ньому, а також формуванням оптимальної поведінки підприємств щодо вибору товарів, транспорту, постачальників, посередників, системи розподілу товарів. У зв'язку із зниженням споживчих спроможностей населення і загальним підвищенням цін на ринку товарів та послуг, представники роздрібних мереж знаходяться у постійному пошуку додаткових важелів впливу на споживачів. Одним зі способів залучення клієнтів до купівлі товарів в роздрібній

торговельній мережі є використання власних торгових марок (брендингу). Головними їх перевагами є нижча вартість товарів за рахунок меншої кількості посередників, менших витрат на зберігання товарів та організацію процесу товароруку. В результаті цього забезпечується вища економічна ефективність роздрібною торгівлі.

Зрозуміло, що на можливість ефективно функціонувати сьогодні та формувати передумови подальшого розвитку в майбутньому впливає значна кількість як зовнішніх, так і внутрішніх чинників. Але, безперечно, головним з них є конкурентоспроможність підприємства торгівлі.

В умовах, коли споживачу важко, а інколи й неможливо відрізнити якісні характеристики і властивості конкурентних товарів, єдиним способом ідентифікувати товар стає маркування та застосування бренду.

Власна торговельна марка (англ. Private Label — марка товару або послуги), створена певною компанією на замовлення і представлена під брендом іншої компанії.

На сьогоднішній день не існує чіткого визначення бренду. За визначенням Філіпа Котлера, автора відомих книг «Основи маркетингу» і «Маркетинговий менеджмент» та ін., бренд - це назва, термін, символ або дизайн (або комбінація всіх цих понять), що позначають певний вид товару або послуги окремо взятого виробника (або групи виробників), що виділяють його серед товарів і послуг інших виробників. [1]

В процесі дослідження встановлено, що використання власних торгових марок (брендингу) найбільш поширене у торговельних мережах. Реєстрація власної торгової марки (ВТМ) є ініціативою компанії, яка бере на себе відповідальність розробки та контролю над виробництвом і якістю продукту. Такі товари можуть випускатися під маркою певної торговельної мережі або мати власну назву.

Продукція власних торгових марок користується неабияким попитом та є популярною у всій Європі. Однією з причин її вдалого просування стало позиціонування товарів ВТМ як товарів, якість яких контролюється торговельною мережею. Першими, хто став використовувати ВТМ на вітчизняному ринку, була торговельна мережа «Наш край». У 2002 році вони запропонували своїм споживачам бакалійні продукти під назвою «Наш край», їх вартість була значно нижчою, ніж у відомих брендів. У 2004 році товари під власною маркою почали з'являтися у мережі дискаунтера «АТБ-Маркет», у 2005 році в одеській мережі «Таврія-В», а з 2007 року ВТМ почали з'являтися у супермаркетах «Сільпо», «Фора», «Фуршет», «Велика кишеня», «Караван». З часом стає очевидно, що більшість покупців мереж надають перевагу власним торговим маркам.

На сьогоднішній день торговельні мережі почали активно використовувати такі інструменти стимулювання збуту ВТМ, як викладка товару на «золотих полицях» та ефективні комунікації в торговельних залах. В результаті споживачі поступово почали проявляти довіру до товарів ВТМ. Не секрет, що неможливо створити бренд, не маючи в його основі хорошого товару чи послуги. Більше того, власниками успішних брендів завжди є інноваційно-активні компанії. Мережа «АТБ-Маркет» - лідер у впровадженні ВТМ (брендингу), оскільки використала вдалу стратегію їх запуску. Ними створений власний бренд для кожної групи товарів. Компанія мінімізувала ризики від неякісної продукції, забезпечивши позитивне ставлення до мережі в цілому, навіть якщо споживачу не сподобався товар окремої марки.

Створення власних торгових марок вважають одним із найбільш помітних і важливих досягнень найпотужнішого представника вітчизняної роздрібною торгівлі, що дозволило понад 3,5 мільйонам постійних клієнтів зекономити значні кошти.

Окрім зростання товарообігу, в компанії «АТБ» також відзначають збільшення розміру середнього чеку. За 9 місяців 2019 року цей показник становив 103,9 грн. порівняно з показником аналогічного періоду минулого року – 90,3 грн. Таким чином, зростання середнього чека за звітний період склало 13,6 грн або 14,9%. [5]

Частка продукції власних торгових марок в загальному товарообігу «АТБ-Маркет» протягом дев'яти місяців поточного року склала 17,5%, а з урахуванням власного імпорту –

20,6%. Ці показники перевищують результати аналогічного періоду минулого року на 15,8% і 18,1% відповідно. [5]

На даний час корпорація «АТБ» є власником чотирьох торгових марок, що належать до різних цінкових категорій. Преміальний сегмент «АТБ-Маркет» представлено ТМ «De Luxe Foods & Goods Selected», середній плюс – ТМ «Спецзамовлення «АТБ»», середній – ТМ «Своя лінія». Найбільш економну, проте якісну продукцію пропонує покупцю ТМ «Розумний вибір». Із загального обсягу асортиментного ряду мережі (більше 3500 позицій) 900 найменувань – це товари ВТМ. За якістю такі продукти та товари анітрохи не поступаються аналогам, що є на українському ринку, а їхня ціна - приємно дивує, вона може бути нижчою на 30%, а в період акцій ще нижчою. [5]

Обсяг ексклюзивної продукції власного виробництва в загальному асортименті «АТБ-Маркет» вже перевищує 23%. [5] На даний час компанія «АТБ» продовжує активно розвивати власні торгові марки (бренди). Зокрема акцент зроблено на виготовленні інноваційної продукції категорії «Фреш». Планується розширення лінії високоякісних здорових та натуральних молочних продуктів і ковбасних виробів ТМ «Спецзамовлення АТБ».

У пріоритеті безпечна, здорова продукція без додавання пальмової олії, небезпечних харчових консервантів, фарбників і підсилювачів смаку. Для того, щоб споживачі щодня мали можливість купувати свіжі продукти, корпорація «АТБ» створила найбільшу в країні логістичну інфраструктуру: збудувала близько десяти мультитемпературних складських центрів європейського зразка, володіє власним вантажним автопарком. Це дозволяє у чітко визначені терміни поставляти свіжі продукти до супермаркетів всіх куточків країни.

Саме в «АТБ-Маркет» створили унікальний формат – український дискаунтер, суть якого полягає у встановленні найнижчих цін на ринку (в середньому на 10–15%) при суворому дотриманні найвищих світових стандартів якості. Використання ВТМ мережею продуктових супермаркетів «АТБ-Маркет» дозволяє компанії утримувати позиції лідера в українському ритейлі. Обираючи будь-який товар у дискаунтері «АТБ-Маркет», споживач може бути цілком впевненим у його високій якості.

Отже, впровадження ВТМ та використання брендингу роздрібними торговельними мережами дозволить вирішити наступні завдання:

- збільшувати обіг та зберігати прибутковість в умовах невизначеності;
- зберегти коло тих споживачів, які намагаються зекономити, але хочуть придбати якісний товар;
- формувати лояльне ставлення до мережі як гаранта високої якості власних марок;
- подальший розвиток виробничих потужностей постачальників ВТМ.

При грамотній стратегії розвитку та активному просуванні бренду власні торгові марки українських торговельних мереж можуть скласти до 50% загального обігу мережі, проти 10%, які вони мають на сьогодні.

#### **Перелік використаних джерел**

1. Струтинська І. В. Бренд-менеджмент: теорія і практика.-Навч. посібник/ – Тернопіль: Прінт-офіс, 2015. – 204 с.

2. Porter M.E. Competitive Advantage of Nations / M.E. Porter. – New York : Free Press, 1990. – 426 p.

3. Гусева О.В. Брендінг [Електронний ресурс]/ О.В. Гусева.– Режим доступу: [http://www.vr.com.ua/book/marketing/guseva\\_brand.htm](http://www.vr.com.ua/book/marketing/guseva_brand.htm).

4. Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua>.

5. Офіційний веб-сайт Мережі продуктових супермаркетів «АТБ-Маркет» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.atbmarket.com/news>

**Панухник Олена**  
доктор економічних наук, професор  
завідувачка кафедри економіки та фінансів  
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
м. Тернопіль, Україна  
**Olena Panukhnyk**  
Doctor of Sciences (Economics), Professor  
Head of the Department of Economics and Finance  
Ternopil Ivan Puluj National Technical University  
Ternopil, Ukraine

**ПРАКТИЧНА ЦІННІСТЬ ЗНАНЬ ЯК ПРІОРИТЕТ СУЧАСНОЇ ВИЩОЇ  
ОСВІТИ УКРАЇНИ**  
**THE PRACTICAL VALUE OF KNOWLEDGE AS A PRIORITY OF MODERN  
HIGHER EDUCATION IN UKRAINE**

За останні два десятиріччя інтелектуально місткі сектори вітчизняної економіки майже повністю занепали, а нові, високотехнологічні з'явилися за цей час лише в незначних обсягах. Попит на ринку праці переважно змістився в бік представників сфери послуг, де виявилися непотрібними складні наукомісткі знання для створення нових видів техніки, високотехнологічних продуктів, сервісів та технологій, а знадобилися лише обізнаність з предметною галуззю, певні навички та практичний досвід.

У той же час, добре відомо, що суспільний прогрес будь-якої країни можливий лише за рахунок створення нею нових, критичних знань і їх ефективного використання національною економікою в міжнародній кооперації праці. Протилежну до цього принципу тенденцію почала демонструвати Україна від початку 2000-х років. На цьому відрізку часу між вітчизняним ринком праці та системою підготовки кадрів для нього суттєво поглибився розрив, що призвело до наростаючих диспропорцій між системою вищої освіти України з одного боку, та потребами економіки і суспільства, з іншого. Вказані явища мають місце, перш за все, в частині суттєвого скорочення підготовки фахівців за наукоємною моделлю для високотехнологічної сфери економіки (STEM-освіта: Science, Technology, Engineering, Mathematics) і одночасно до значного «перевиробництва» кадрів для невиробничої та обслуговуючої ланок суспільства. Так, середнє зменшення прийому фахівців за напрямками STEM освіти за останні 10 років в Україні склало 24,5 %, що тягне за собою зменшення випуску фахівців цієї групи до 2020 року на 14,5 % [1].

Але найголовнішим залишається питання доцільності вищої освіти як такої для широкого кола молоді, проблема використання здобутих у ЗВО компетенцій і навичок у подальшій роботі. Варто констатувати, що багато вчорашніх студентів не працюють за фахом, адже не знайшли застосування на ринку праці, розчарувалися чи не отримали потрібних знань або змушені були, будучи студентами, працювати аби забезпечувати себе.

За результатами досліджень, головними бар'єрами у прийомі на роботу випускників ВНЗ залишаються: низький рівень практичної підготовки (59 %), завищені вимоги до зарплати та перспектив кар'єрного зростання (40 %), відсутність досвіду роботи (37 %) [2].

Залишається пам'ятати, що реформувати – означає виявляти у певній сфері суперечності, створюючи при цьому належні умови для реалізації відповідних можливостей.

Сучасним студентам важливо спробувати набуті знання та навички на практиці, отримати досвід роботи та знайти можливого роботодавця ще під час їх навчання у ЗВО.

У свою чергу, університетам доцільно враховувати, що сучасним фахівцям недостатньо лише освіти (education), їм необхідне ще й навчання (learning), або отримання знань, які є головним засобом організаційного розвитку як окремої особистості, так і суспільства в цілому.

### Перелік використаних джерел

1. Форсайт економіки України: середньостроковий (2015-2020 роки) і довгостроковий (2020-2030 роки) часові горизонти: наук. керівник проекту акад. НАН України М. З. Згуровський / Міжнародна рада з науки (ICSU); Комітет із системного аналізу при Президії НАН України; Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут»; Інститут прикладного системного аналізу НАН України і МОН України; Світовий центр даних з геоінформатики та сталого розвитку. Київ : НТУУ «КПІ», 2015. 136 с.
2. Вища освіта: Інформаційно-аналітичний портал про вищу освіту в Україні та за кордоном: веб-сайт. URL: <http://vnz.org.ua/statti/9945-rezultaty-doslidzhennja-ukrayinskym-studentam-ne-vystachae-motyvatsiyi-dlja-navchannja>

УДК 338.46

**Фармега Юрій**

студент групи ПФМ-61

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
м. Тернопіль, Україна

**Науковий керівник: Винник Тетяна**

кандидат економічних наук, доцент  
доцент кафедри економіки та фінансів

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
м. Тернопіль, Україна

**Yurii Farmeha**

student of group PFm-61

Tenopil Ivan Puluj National Technical University  
Ternopil, Ukraine

**Scientific supervisor: Tetiana Vynnyk**

PhD (Economics), Docent

Associate Professor Department of Economics and Finance  
Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

## ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА ДІЯЛЬНІСТЬ КОМУНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ THE IMPACT OF COVID-19 PANDEMIC ON THE ACTIVITIES OF MUNICIPAL CORPORATIONS

Сучасні проблеми потребують сучасного вирішення. В наш час основною загрозою є глобальна фінансова криза, яка, станом на жовтень 2020 р., перебуває в активній фазі. Криза розпочалася із падіння фінансових ринків через швидкість поширення нового вірусу Covid-19 – у другій половині лютого 2020 р. індекс Dow Jones Industrial Average впав більш ніж на 12%, що стало найбільшим п'ятиденним падінням з часу фінансової кризи 2008 року, і цей потік знищив понад 6 трильйонів доларів зі світових запасів [5].

Загальноприйняте трактування фінансової кризи як глибокого розладу функціонування основних складових фінансової системи країни [6] є дещо одностороннім. Фінансова криза - це соціально-економічне явище, причинами якого є неготовність населення та підприємств до нових умов розвитку економіки та неефективного механізму регулювання співвідношення виробництва і грошово-фінансової системи зі сторони держави [7].

До основних причин виникнення кризи в наш час, в умовах пандемії коронавірусу Covid-19, належать: скорочення валового внутрішнього продукту країн світу через простій

виробництва, скорочення експортно-імпортних операцій, закриття кордонів для туристів, а відтак і скорочення надання послуг, і припливу іноземного капіталу.

Згідно оприлюднених даних Державною службою статистики України [4], ВВП у I кварталі 2020 році порівняно з попереднім кварталом (з урахуванням сезонного фактору) зменшився на 0,7%, а порівняно з I кварталом 2019 року – на 1,3%, у II кварталі 2020 році порівняно з попереднім кварталом (з урахуванням сезонного фактору) - зменшився на 9,9%, а порівняно з II кварталом 2019 року. – на 11,4% (див.рис.1).



Рисунок.1 Зміна обсягу ВВП України протягом 2019 року та 1-2 кварталу 2020 року  
Джерело: складено за даними Державної служби статистики України [4]

Тенденція до скорочення ВВП є негативним явищем, адже обидві сторони кризи – фінансова і соціальна – мають кореляційний зв'язок. В результаті таких змін відбувається зниження платоспроможності населення, що призводить до зменшення попиту на виготовлені товари та послуги, як зі сторони населення України, що, в свою чергу, скорочує пропозицію та пришвидшує подальше падіння ВВП.

Фінансова криза зачіпає усі сфери економіки, не є виключенням і діяльність комунальних підприємств. Однією із проблем таких підприємств є збільшення обсягів поточної дебіторської заборгованості, що призводить до скорочення кількості оборотів активів і унеможливує здійснення нормального функціонування.

Поточна дебіторська заборгованість – сума, що виникає в процесі нормального операційного циклу або буде погашена протягом дванадцяти місяців з дати балансу [3]. При неефективному управлінні дебіторською заборгованістю зростає період її повернення і настає криза взаємонеplateжів. У періоди невизначеності та нестабільності, частина споживачів комунальних послуг відкладає на майбутнє оплату за спожиті блага або погашає лише частину боргу, зберігаючи кошти для інших, на їх думку більш життєво необхідних, потреб. Так, згідно даних Державної служби статистики України, заборгованість українців за централізоване водопостачання та водовідведення у березні 2020 року, яка становила 5,0 млрд. грн., у серпні 2020 року зросла до 5,7 млрд. грн. [7].

Крім вищевказаної, ще однією причиною зростання поточної дебіторської заборгованості, як наслідок фінансової кризи і ослаблення банківської системи, є штучне збільшення періоду розрахунків між споживачами послуг та підприємством, коли погашення боргу відбувається готівковими коштами.

Зрозуміло, що менеджмент підприємства повинен застосовувати дієві заходи для стимулювання дисциплінованості споживачів і скорочення їх зобов'язань перед



підприємством. Проте, Згідно Закону України № 3219 «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України, спрямованих на запобігання виникнення і поширення коронавірусної хвороби (COVID-19)», який було прийнято Верховною Радою України 17.03.2020 року, забороняється застосовувати нарахування та стягнення штрафів і пені за несвоєчасну оплату комунальних послуг, що були запровадженні на період встановлення карантину або обмежувальних заходів, пов'язаних із поширенням коронавірусної хвороби (COVID-19), та протягом 30 днів з дня його відміни [2].

Зважаючи на ситуацію, що склалася сьогодні не лише в Україні, а й у світі загалом, вважаємо, що найбільш ефективним способом управління дебіторською заборгованістю є її реструктуризація.

9.06. 2020 року народні депутати зареєстрували законопроект № 3613 «Проект Закону про внесення змін до деяких законів України щодо вдосконалення порядку погашення заборгованості споживачів з оплати житлово-комунальних послуг» [1]. Даний законопроект, у разі ухвалення, передбачає обов'язкову реструктуризацію заборгованості населення, якщо сума заборгованості є більшою за суму, що визначена Урядом за кожним видом житлово-комунальних послуг, станом на 01.10.2020, терміном до 5 років при умові, що загальна сума платежів (поточних та платежів по погашенню реструктуризованої заборгованості) не повинна перевищувати 25% доходів для субсидіантів і 20% – для пенсіонерів та інших осіб, які отримують будь-які види соціальної допомоги [8].

Отже, в такій ситуації комунальним підприємствам для недопущення погіршення фінансового стану та настання банкрутства, потрібно підтримувати ліквідність, насамперед, шляхом ефективного управління дебіторською заборгованістю.

#### **Перелік використаних джерел**

1. Про внесення змін до деяких законів України щодо вдосконалення порядку погашення заборгованості споживачів з оплати житлово-комунальних послуг : Проект Закону від 09.06.2020 № 3613. URL:[http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_1?pf3511=69064](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=69064)

2. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України, спрямованих на запобігання виникнення і поширення коронавірусної хвороби (COVID-19) : Закон України від 17.03.2020 №530-IX. URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/530-20#Text>

3. Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку : Наказ Міністерства фінансів від 08.10.99 р. №237. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0725-99#Text>

4. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

5. Коронавірус продовжує відбирати багатство у мільярдерів: що втратили найбагатші за тиждень. Дзеркало тижня. Україна. 29 лютого 2020. URL: [https://zn.ua/ukr/WORLD/koronavirus-prodovzhuje-vidbirati-bogatstvo-u-milyarderiv-scho-vtratali-naybagatshi-za-tizhden-340163\\_.html](https://zn.ua/ukr/WORLD/koronavirus-prodovzhuje-vidbirati-bogatstvo-u-milyarderiv-scho-vtratali-naybagatshi-za-tizhden-340163_.html);

6. Проноза П. Систематизація визначення поняття «Фінансова криза» та класифікація її видів. Світ фінансів. 2014. Вип.1. 27-36 с. URL: <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/5039/1/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B7%D0%B0%20%D0%9F..pdf>;

7. Тивончук І.О., Стецюк П.І. Проблеми економіки та управління, Фінансові кризи: аналіз причин та механізмів їх прояву. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2011. № 698. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/10914/1/16.pdf>

8. Урядовий портал. Мінрегіон роз'яснив основні положення законопроекту щодо реструктуризації заборгованості споживачів за спожиті житлово-комунальні послуги. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/minregion-rozyasniv-osnovni-polozhennya-zakonoproektu-shchodo-restrukturizaciyi-zaborgovanosti-spozhyvachiv-za-spozhyti-zhitlovo-komunalni-poslugi>

## НАУКОВЕ ВИДАННЯ

***Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції  
«ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ЗМІЦНЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ  
ПОЗИЦІЙ НАЦІОНАЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ У  
ГЛОБАЛЬНОМУ, РЕГІОНАЛЬНОМУ ТА ЛОКАЛЬНОМУ ВИМІРАХ»***

(Тернопіль, 30 жовтня 2020 р.)

***Proceedings of the 5<sup>th</sup> International Scientific-Practical Conference  
“FORMATION OF THE MECHANISM OF NATIONAL ECONOMIC SYSTEMS  
COMPETITIVE POSITIONS STRENGTHENING IN  
GLOBAL, REGIONAL AND LOCAL DIMENSIONS”***

(Ternopil, October 30, 2020)

Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції «Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах» (30 жовтня 2020 р.) / Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя. – Тернопіль: ФОП Паляниця В. А., 2020. – 90 с.

**ISBN 978-617-7875-10-8**

*Відповідальність за зміст і достовірність публікацій несуть автори*

Підписано до друку 29.10.2020. Формат 60×90, 1/16.  
Друк лазерний. Папір офсетний. Гарнітура TimesNewRoman.  
Умовно-друк. арк. 1,6. Наклад – 100 прим.  
Замовлення № 29102020

\*\*\*\*\*

Друк ФОП Паляниця В. А.  
Свідоцтво ДК №4870 від 20.03.2015 р.  
м. Тернопіль, вул. Б. Хмельницького, 9а, оф.38.  
тел. (0352) 528–777.